

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Zahájení činnosti malé firmy
Start-up in Small Business

Student:

Simona Kainerová

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Marie Mikušová, Ph.D.

Ostrava 2014

Zadání bakalářské práce

Student: **Simona Kainerová**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **6208R037 Management**
Téma: **Zahájení činnosti malé firmy**
Start-up in Small Business

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska podnikání v malých firmách
3. Charakteristika zakládané firmy, aplikace jejího založení
4. Podnikatelský plán
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

SRPOVÁ, Jitka, Václav ŘEHOŘ et al. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
SYNEK, Miloslav et al. *Manažerská ekonomika*. 5. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3494-1.
VEBER, Jaromír, Jitka SRPOVÁ et al. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Marie Mikušová, Ph.D.**

Datum zadání: 22.11.2013

Datum odevzdání: 09.05.2014



Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně. Přílohy č. 5, 6, 7 dané mi k dispozici jsem samostatně doplnila.

V Ostravě dne 9. 5. 2014

Kainerová
.....
Simona Kainerová

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Marii Mikušové, Ph.D. za ochotu, věnovaný čas a cenné rady.

Obsah

1	Úvod	5
2	Teoretická východiska	6
2.1	Definování základních pojmů	6
2.2	Charakteristika malých a středních podniků	8
2.2.1	Význam malých a středních podniků	10
2.2.2	Omezení malých a středních podniků	10
2.2.3	Bariéry podnikatele	11
2.2.4	Podpora malých a středních podniků	13
2.3	Podnikatelský plán	15
2.3.1	Smysl a účel podnikatelského plánu	15
2.3.2	Struktura podnikatelského plánu	17
2.3.3	Zásady tvorby úspěšného podnikatelského plánu	25
2.4	Právní formy podnikání	26
2.4.1	Zákonem stanovené formy podnikání v ČR	27
2.4.2	Podnikání fyzických osob	28
2.4.3	Podnikání právnických osob	29
2.5	Veřejná obchodní společnost	30
2.6	Komanditní společnost	30
2.7	Akciová společnost	31
2.8	Společnost s ručením omezeným	31
2.9	Srovnání jednotlivých forem podnikání	33
3	Praktická část: Založení společnosti s ručením omezeným	34
3.1	Popis zakládané společnosti	34
3.2	Postup založení společnosti	35
4	Podnikatelský plán	37
4.1	Shrnutí	37
4.1.1	Služby a užitek pro zákazníka	38
4.1.2	Tržní prostředí a konkurenční výhoda	38

4.1.3 Marketing	38
4.1.4 Finanční stránka podnikání	39
4.2 Společnost Fotoateliér HappySmile, s.r.o.	39
4.2.1 Záměry a cíle	39
4.3 Organizační struktura společnosti	40
4.4 Marketingový mix	41
4.4.1 Produkt	41
4.4.2 Cena.....	44
4.4.3 Propagace	46
4.4.4 Distribuce	47
4.5 Analýza trhu	48
4.5.1 Popis trhu.....	48
4.5.2 Konkurence	49
4.6 Zajištění poskytovaných služeb.....	52
4.7 Finanční plán	53
4.7.1 Rozpočet na založení společnosti a vklady společníků	54
4.7.2 Bankovní úvěr	57
4.7.3 Odpisy	57
4.7.4 Předpokládané příjmy.....	58
4.7.5 Předpokládané výdaje.....	60
4.7.6 Cash flow.....	61
4.8 Rizika podnikání	62
5 Závěr.....	63

1 Úvod

Zahájení vlastního podnikání je pro mnoho lidí velice lákavou možností. Být svým vlastním šéfem, sám si stanovit svou mzdu, být pánem svého času; právě to jsou největší lákadla pro mladého, ambiciózního člověka, který chce dobýt svět. Začínající, nezkušený podnikatel si mnohdy neuvědomuje, jak mohou být začátky podnikání těžké. Přes nedostatek zkušeností se po hlavě vrhne do něčeho, čemu až tak úplně nerozumí, nicméně to vypadá velmi atraktivně, tak proč to nezkusit.

Proto pokud chceme začít podnikat, mělo by to být z těch „správných“ důvodů a hlavně, měla by tomu přecházet důkladná příprava. To, jak nastartujeme svou podnikatelskou dráhu, může předurčit nás budoucí úspěch (potažmo neúspěch) v podnikání. Nejdůležitější je být podrobně informován. A to o všem.

V naší legislativně existuje celá řada právních forem podnikání, ze kterých je možno vybírat. Při výběru je stěžejní zvážit všechny klady i zápory dané právní formy, aby si byl podnikatel jistý, že právě tato forma je pro něj nejvhodnější.

Tato práce je vlastně takovým zpracováním těchto nejpodstatnějších informací a mohla by sloužit začínajícímu podnikateli při rozhodování.

Práce se věnuje zahájení podnikání v malém a středním podniku. Je rozdělena do dvou hlavních částí: teoretické a praktické. V teoretické části jsou nejprve charakterizovány malé a střední podniky. Pak jsou popsány náležitosti správného zpracování podnikatelského plánu a jeho jednotlivé části, které by neměly chybět. V posledním úseku teoretické části jsou objasněny právní formy podnikání, které si může začínající podnikatel v České republice zvolit. Charakteristika těchto právních forem a vylíčení jejich pro a proti, by měla podnikateli jasně říci, která právní forma je pro něj tou nejvhodnější.

Praktická část ozřejmí, jak probíhá založení společnosti z administrativního hlediska, tzn. na které instituty a úřady je třeba zajít. U založení společnosti je také z této práce zřejmé, jaká je časová návaznost těchto skutečností. Poslední, nejspíše nejpodstatnější součástí práce, je zpracovaný podnikatelský plán fiktivně zakládané společnosti.

Touto zakládanou společností je Fotoateliér HappySmile, s.r.o. Předmětem činnosti, jak z názvu vyplývá, jsou fotografické služby.

Cílem práce je zjistit, jestli by tato společnost byla schopná uspět na trhu a zda by splnila daný záměr dosáhnout v příjmech v prvním roce podnikání 500 000 Kč.

2 Teoretická východiska

V této části práce jsou nejdříve definovány základní pojmy, které jsou důležité k pochopení z hlediska tématu práce. Sem patří definice pojmů, jako je podnikatel, podnikání, podnik a podnikavost. Dále jsou charakterizovány malé a střední podniky, jejich výhody a nevýhody. Další částí je podnikatelský plán, jak by měl vypadat a co by v něm nemělo chybět. Nakonec jsou charakterizovány jednotlivé právní formy podnikání.

2.1 Definování základních pojmů

Podnikatel

I přes četnou literaturu neexistuje jednotná definice podnikatele. Většina autorů jej definuje jako osobu, která využívá příležitosti nabízené trhem k dosažení zisku. Existují různé typy podnikatelů. Nejčastěji se definují na základě jejich přístupu k inovativnosti a rizikovosti, tzv. psychologické dělení. Zde se definují 4 základní typy: hráč, podnikatel, konsolidátor a snílek.

Hráč se vyznačuje vysokým stupněm rizika, které je ochoten podstoupit, ale zároveň nízkým stupněm inovativnosti. Konsolidátor není ochoten podstupovat riziko a pracuje na nízké úrovni inovativnosti. Snílek má sice vysoký stupeň inovativnosti, ale zároveň nízkou úroveň rizikovosti. Poslední typ, podnikatel, má tendenci riskovat a také inovovat. Takové chování by měl skutečný podnikatel vykazovat (Staňková, 2007).

Dle občanského zákoníku je podnikatel definován jako:

- „Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele“ (Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, § 420, odstavec 1).
- „Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele“ (Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, § 420, odstavec 2).

V souvislosti s naukou o podnikání se podnikatel dělí na primárního a sekundárního. Podnikatelem může být jak fyzická, tak právnická osoba. Pokud hovoříme o primárním

podnikateli, je vždy osobou fyzickou, vlastníkem podniku, pro kterého je podnik prostředkem k podnikání. Pokud nastane situace, že podnikatel je sice vlastníkem podniku, ale pouze ho řídí, pak své role a funkce přenáší na podnik samotný, který v této situaci vystupuje jako sekundární podnikatel. Podnik pak jedná v zájmu primárního podnikatele (Srpová, Řehoř, 2010).

Podnikání

V živnostenském zákoníku najdeme definici ve znění „Živností je soustavná činnost provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem“ (Zákon č. 455/ 1991 Sb., o živnostenském podnikání, § 2).

Ekonomické hledisko – podnikání je využití ekonomických zdrojů a činností za účelem rozšíření jejich primární hodnoty.

Psychologické hledisko – podnikání je aktivita podnikatele, kterou se snaží se vypracovat, dosáhnout požadovaných výsledků, něco uskutečnit. V podstatě se chce podnikatel osamostatnit, dosáhnout seberealizace.

Sociologické hledisko – podnikání je snaha o vytvoření nadbytku pro všechny zúčastněné, hledá ideální využití poskytovaných zdrojů (Veber, Srpová, 2008).

Podnikání je proces (činnost) s cílem rozšířit stávající hodnotu zdroje, vytvoření něčeho nového. Forma může být finanční a nefinanční. Proces podnikání probíhá uplatněním podnikavého, iniciativního přístupu.

Podnikání je přístup (metoda). Podnikavý přístup je schopnost, dovednost něčeho dosáhnout. Podnikavý přístup se vyznačuje úsilím a zaujetím vytvořit přidanou hodnotu, něčeho navíc, hledáním příležitostí k uskutečnění daných cílů, zužitkováním vlastních zdrojů, svého jména a času. Je potřeba ujmout se své vlastní odpovědnosti, umět se vypořádat s rizikem a také umět přijmout pozitivní výsledky odvedené práce až jako poslední ze všech zúčastněných.

Podnikání je hodnotová orientace (podnikatelský duch). Jedná se o soustavu hodnot a přístupů z hlediska společenského a individuálního rozměru. Společenský rozměr vyjadřuje názor a postoj širší veřejnosti na podnikatele a podnikání. Individuální rozměr klade na člověka specifické nároky – odpovědnost, schopnost nést riziko, odolnost proti

nepředvídatelným okolnostem. Samozřejmě má i své výhody, jako je osobní nezávislost a vyšší příjmy (Srpová, Řehoř, 2010).

Podnik

Obecně je podnik definován jako subjekt, ve kterém probíhá transformace vstupů (zdrojů) na výstupy (statky). Podnik je autonomní jednotka (ekonomicky i právně), která existuje s cílem podnikat. Z ekonomického hlediska se jedná se v podstatě o organizovaný soubor prostředků, zdrojů a dalších majetkových statků. S tím souvisí určitá odpovědnost vlastníků za vykazované výsledky podnikání. Právním hlediskem chápeme možnost podniku vstupovat do právních vztahů s dalšími subjekty, vyskytujícími se na trhu, sjednávat s nimi smlouvy, ze kterých pak samozřejmě vyplývají příslušná práva a povinnosti pro všechny zúčastněné (Veber, Srpová, 2008), (Srpová, Řehoř, 2010).

Podnikavost

Jedná se o vlastnost podnikatele vyjadřující jeho předpoklady k podnikání. Může být vlastností vrozenou, ale lze ji i získat, osvojit si ji. Podnikavost je ucelenou charakteristikou, kterou můžeme dále dělit na dispozice a osobní vlastnosti. Dispozicemi rozumíme schopnosti (spíše vrozené, mají trvalejší charakter), vědomosti (pasivní poznatky o podnikání) a dovednosti (naučená schéma chování, získaná nacvičováním). Jako osobní vlastnosti chápeme vlastnosti, které charakterizují osobnost podnikatele (Srpová, Řehoř, 2010).

2.2 Charakteristika malých a středních podniků

Definice malého a středního podniku je uvedena v rámci právních předpisů ČR a EU za účelem jeho podpory. Co se týče České republiky, malé a střední podniky jsou definovány v Zákoně o podpoře malého a středního podnikání č 47/2002 Sb., v novelizovaném znění. V rámci Evropské unie byla schválena nová definice Evropskou komisí a v platnost vstoupila od 1. 1. 2005. Nahradila tak původní definici z roku 1996. Nová definice rozděluje malé a střední podniky pro účely podnikání na drobné (mikro), malé a střední a to s novými ekonomickými kritérii. V roce 2005 došlo také k úpravě českého zákona, právě z důvodu změny ekonomických kritérií.

Drobné, malé a střední podniky lze charakterizovat dle tří obecných kritérií. Těmito kritérii jsou počet zaměstnanců, ekonomická kritéria a nezávislost.

Dle **nezávislosti** můžeme podniky rozdělit na:

- **Propojené podniky** – jeden podnik vlastní většinu kapitálu nebo hlasovacích práv v jiném podniku,
- **Partnerské podniky** – jeden podnik se označuje jako mateřský a má ve vlastnictví více než 25% kapitálu, popř. hlasovacích práv ve druhém, dceřiném podniku,
- **Nezávislé podniky** – samostatné podniky, které nesplňují předchozí dvě kritéria (Jáč a kol., 2005).

Statistické hledisko podniky dělí do tří skupin podle počtu zaměstnanců:

- malé – do 20 zaměstnanců,
- střední – do 100 zaměstnanců,
- velké – 100 a více zaměstnanců.

Dle **doporučení komise EU** dělíme podniky na:

- mikropodniky – do 20 zaměstnanců, roční obrát do 2 mil. EUR, aktiva do 2 mil. EUR,
- malé podniky – do 50 zaměstnanců, roční obrát do 10 mil. EUR, aktiva do 10 mil. EUR,
- Střední podniky – do 250 zaměstnanců, roční obrát do 50 mil. EUR, aktiva do 43 mil. EUR.

Třídění podle **OECD**:

Tab. 2.1 Malé a střední podniky podle OECD (1995)

Druh podniku	Počet zaměstnanců
Mikropodniky	1-4
Velmi malé podniky	5-19
Malé podniky	20-99
Střední podniky	100-500

Zdroj: Synek a kol., Podniková ekonomika, 2002, str. 364

Shrneme-li různá dělení na základě rozdílných charakteristik, rozhodujícím kritériem bude počet pracovníků:

- Mikrofirma – 1-9 pracovníků,
- Malá firma – 10-49 pracovníků,

- Střední firma – 50-249 pracovníků.

Firmy, které mají více, než 250 zaměstnanců, jsou pak velké podniky (Veber, Srpová, 2008).

2.2.1 Význam malých a středních podniků

Malé a střední firmy hrají ve společnosti velmi významnou roli. Představují 99,8% všech firem v rámci Evropské Unie. Mají mnohem větší společenské, ekonomické a další přínosy, než by se mohlo na první pohled zdát. Jsou významné zejména z regionálního hlediska. Malé a střední firmy působí nejvíce na obyvatele regionu, ve kterém se nachází. Podnikatel, vlastníci firmu, na území regionu většinou i bydlí. Není proto tak anonymní pro své zákazníky a zaměstnance. Právě z důvodu osobní zainteresovanosti se často stává sponzorem různých akcí a vstupuje tak ještě více do podvědomí lidí. Samozřejmě jeho největším přínosem pro region je vyšší zaměstnanost a ekonomický přínos, vyplývající z jeho činnosti. Menší provozovny, jako jsou kavárny, malé obchůdky také vytvářejí určitou „tvář“ města, dělají město atraktivnějším. Nejvýznamnější jsou malí podnikatelé pravděpodobně pro historická centra, kde mohou zvyšovat cestovní ruch.

Z ekonomického pojetí určitě stojí za zmínku jejich pohotová přizpůsobivost stále se měnícím skutečnostem. Tato vlastnost je pro ně nezbytná, protože stále musí bojovat s velkými společnostmi, monopoly, které je mohou na trhu lehce převálcovat. Malé firmy nacházejí uplatnění na místním trhu, věnují se individuálním požadavkům zákazníků. Dokážou na ně pružně reagovat prostřednictvím drobných inovací a adaptací.

Pravdou je, že drobné, malé a střední firmy v ČR zajišťují více než 37% HDP, výkony a přidanou hodnotu se podílejí více než z 50% a hlavně obstarají 60% zaměstnanosti. Často poskytnou zaměstnání pracovním silám, které propustí velké firmy. Proto se významně podílejí právě na zaměstnanosti (Veber, Srpová, 2008).

Evropská komise přijala v roce 2008 **Evropský akt pro malé podniky**, jehož cílem je zkvalitnit celkový přístup k malým a středním podnikům, zvýšit jejich konkurenceschopnost a rozvoj. Má zajistit zkvalitnění přístupu firem k financím, redukování administrativní zátěže, podporu vnitřního trhu a také podporu inovací, vzdělání podnikatelů a posilování vstupu na trh třetích zemí (Srpová, Řehoř, 2010).

2.2.2 Omezení malých a středních podniků

Samozřejmě i malé a střední podniky mají svá negativa, která se projevují prostřednictvím určitých omezení. Mezi nejvýznamnější patří:

- **„Negativní společenské vnímání podnikatelů.** Podnikatelé z této situace obviňují v první řadě média, která podle nich kladou malý důraz na příklady úspěšného podnikání.
- **Horší přístup ke kapitálu.** Pro malé a střední podniky je daleko obtížnější a daleko nákladnější dostat se k úvěrům, které potřebují k financování svých dlouhodobých strategických investičních záměrů, než pro podniky velké.
- **Vzdělávání v oblasti podnikání.** Malí a střední podnikatelé jsou přesvědčeni, že vzdělávací systém a zejména studijní programy nekladou dostatečný důraz na podnikání.
- **Omezené inovační kapacity a nízké výdaje do vědy a výzkumu.** Ačkoli jsou malé a střední podniky charakterizovány jako nositelé vysokého počtu inovací, obvykle se jedná o inovace nižších řádů.
- **Administrativní zátěž.** Malé a střední podniky uvádějí jako jednu z velkých překážek v podnikání nadměrnou byrokracii“ (Srpová, Řehoř, 2010, str. 39).

K dalším omezujícím faktorům můžeme zařadit jejich menší ekonomickou sílu; nedostatečnou schopnost rozvoje kapacit; slabší postavení ve veřejných soutěžích týkajících se státních zakázek; eliminace ze zakázek, kde je potřeba větší finanční vklad nebo například neschopnost plně zužitkovat stávající dostupné znalosti (Veber, Srpová, 2008).

Pokud se zaměříme přímo na Českou republiku, proběhlo zde několik výzkumných šetření, která byla orientována na určení faktorů omezujících podnikání malých a středních podniků. V těchto šetřeních byly nejčastěji uváděny jako negativní faktory ekonomická situace ČR v současnosti, místní konkurence, značné úrokové zatížení, omezení v legislativě, dostupnost financování, konkurence ze zahraničí a náklady za energii (Jáč a kol., 2005).

2.2.3 Bariéry podnikatele

Podnikání vzniká z vnitřní aktivity podnikatele. Ta však může být zeslabena nebo zcela utlumena nejrůznějšími bariérami a překážkami, která na podnikatele působí z okolního prostředí.

Psychologické bariéry

- Podnikatel se bojí podnikat, protože o tom ví málo.
- Neodváží se začít s podnikáním.
- Neví, co chce, nemá jasno o své budoucnosti.

- Neví, co podnikatel obvykle dělá, co od něj ostatní očekávají.
- Neví, jestli disponuje vhodnými vlastnostmi, vědomostmi a dovednostmi.
- Myslí si, že podnikat se nelze naučit.
- Má negativní myšlenky.

Informační a administrativní bariéry

- Podnikatel neví, jaké informace bude potřebovat při začínajícím podnikání. Neví, kde tyto informace hledat.
- Bojí se jednání s úřady. Neumí řešit situace s administrativním nebo právním zaměřením.
- Neví, kde sehnat pomoc při rozhodování o podnikání.

Marketingové a obchodní bariéry

- Neví, jaký předmět podnikání zvolit.
- Neumí prodávat.
- Má podněty na podnikání, ale neumí mezi nimi zvolit.

Manažerské bariéry

- Nikdy nikoho nevedl.
- Nemá žádné zkušenosti ani představy o tom, jak podnik vytvořit a pak ho vést.
- Netuší, kdo by mu dělal účetnictví.

Zdrojové bariéry

- Chybí mu počáteční kapitál a další potřebné zdroje.
- Neví, jak si zajistit dostupnost k podnikatelským zdrojům.

Tento souhrn bariér určitě není úplný. Předpokladem je, že se bude stále oživovat, aktualizovat s ohledem na zhodnocení důležitosti jednotlivých bariér. Začínající podnikatel většinou ani nedokáže své bariéry stanovit, k tomu mu může pomoci poradce. Bariéry zájemce o podnikání se pak většinou redukuje na zdrojové bariéry (nemá dostatečný kapitál na start podnikání) a na bariéru v podobě negativního podnikatelského prostředí (Folvarčná, 2005).

2.2.4 Podpora malých a středních podniků

Podobně jako v zemích EU je i v České republice prováděna podpora malých a středních podniků za účelem udržení a zesílení konkurenceschopnosti a boje s nezaměstnaností. Tato podpora může probíhat přímo (finančně) nebo nepřímo.

- **Nepřímá podpora** spočívá především ve vytváření kladného prostředí pro MSP prostřednictvím snižování administrativního zatížení a redukcí možných nežádoucích důsledků nových právních předpisů pro MSP a jednodušším přístupem k potřebným informacím. Zpravidla se do forem nepřímé podpory řadí i vytváření průmyslových zón, pro které byly využity prostředky podpory podnikání MSP.
- **Přímá podpora** (finanční) je založena hlavně na nástrojích zvyšujících přístup MSP k financím potřebným k uskutečnění jejich investičních plánů nebo redukcujících náklady MSP. Zásady pro poskytování podpor MPS stanovuje zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání. Co se týče České republiky a jejích prostředků přímé podpory, jedná se hlavně o čerpání finančních prostředků ze státního rozpočtu na podporu podnikání, v rámci Evropské unie jsou to především strukturální fondy. Hlavními nástroji jsou cenově zvýhodněné záruky za bankovní úvěry, úvěry se sníženou úrokovou sazbou, dotace a finanční příspěvky (Jáč a kol., 2005).

Přímé formy podpory ze strukturálních fondů EU

Programů podpory MSP se v rámci strukturálních fondů EU účastní celá řada ministerstev. MPO od letošního roku rozjíždí nový Program pro konkurenceschopnost podniků a malých a středních podniků 2014 – 2020 (COSME), stále fungujícím je také Operační program Podnikání a inovace 2007 – 2013 (OPPI). Pod záštitou Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy vznikl nový Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání 2014 – 2020 (PO VVV), stále fungujícími jsou Operační program Výzkum a vývoj pro inovace 2007 – 2013 (OP VaVpl) a Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost 2007 – 2013 (OP VK). Ministerstvo práce a sociálních věcí se podílí Operačním programem Lidské zdroje a zaměstnanost 2007 – 2013 (OP LZZ) [Ministerstvo průmyslu a obchodu, 12. 3. 2014, online], [Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 12. 3. 2014, online], [Ministerstvo práce a sociálních věcí, 12. 3 2014, online].

Program pro konkurenceschopnost podniků a malých a středních podniků 2014 – 2020 (COSME)

Jedná se o víceletý program pro konkurenceschopnost podniků a malých a středních podniků (Programme for the Competitiveness of Enterprises and small and medium-sized enterprises, COSME), evropský komunitární program orientovaný na podporu konkurenceschopnosti evropských podniků. Program je dotován komisí EU z rozpočtu Evropské unie. Uskutečňován je státy, které jsou členy Evropské unie. Program je zaměřen především na malé a střední podniky s cílem zvýšit jejich konkurenceschopnost a bojovat s nezaměstnaností. Program navazuje na program Konkurenceschopnost a inovace (CIP 2007 – 2013), ovšem na rozdíl od svého předchůdce již nepodporuje inovační podnikání. Tuto oblast přebírá od roku 2014 Rámcový program pro výzkum a inovace 2014 – 2020 (HORIZON 2020). Na podporu MSP je z rozpočtu EU do programu COSME poskytnuto celkem 2,3 miliard EUR.

Operační program Podnikání a inovace 2007 – 2013 (OPPI)

OPPI je zásadní programový dokument resortu průmyslu a obchodu, jehož podstatou je získávání finančních prostředků z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF). Jeho podkladem jsou principy Lisabonské strategie. Snahou je dopracování se k většímu hospodářskému růstu a vyšší zaměstnanosti při zachování principů udržitelného rozvoje. Pokud se zaměříme na cíl programu z globálního hlediska, je jím zvýšení konkurenceschopnosti ekonomiky ČR a snaha o srovnání inovační výkonnosti se standardem vůdčích průmyslových zemí Evropy. Cesta k dosažení těchto cílů spočívá v zachování atraktivity ČR pro investory, podporování inovací a celkově podnikatelského ducha, povzbuzení zájmu po výsledcích výzkumu a vývoje, pohotovější zavádění zjištěných výsledků výzkumu a vývoje a jejich komercializace a zavádění nových inovativních, informačních i komunikačních technologií [Ministerstvo průmyslu a obchodu, 12. 3. 2014, online].

Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání 2014 – 2020 (OP VVV)

Cílem tohoto programu je podpořit posun České republiky se zaměřením na dosažení ekonomiky zřízené na vzdělané, motivované a kreativní pracovní síle. Snahou je zlepšení kvality vzdělávání, lepší podmínky pro výzkum a vývoj a jejich propojení s trhem práce, stejný přístup ke vzdělání pro všechny, redukce rizika neúspěchu mladých lidí ve vzdělání, sociální soudržnost, spravedlnost, kreativita, inovativnost a růst podnikatelských schopností [Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 12. 3. 2014, online].

2.3 Podnikatelský plán

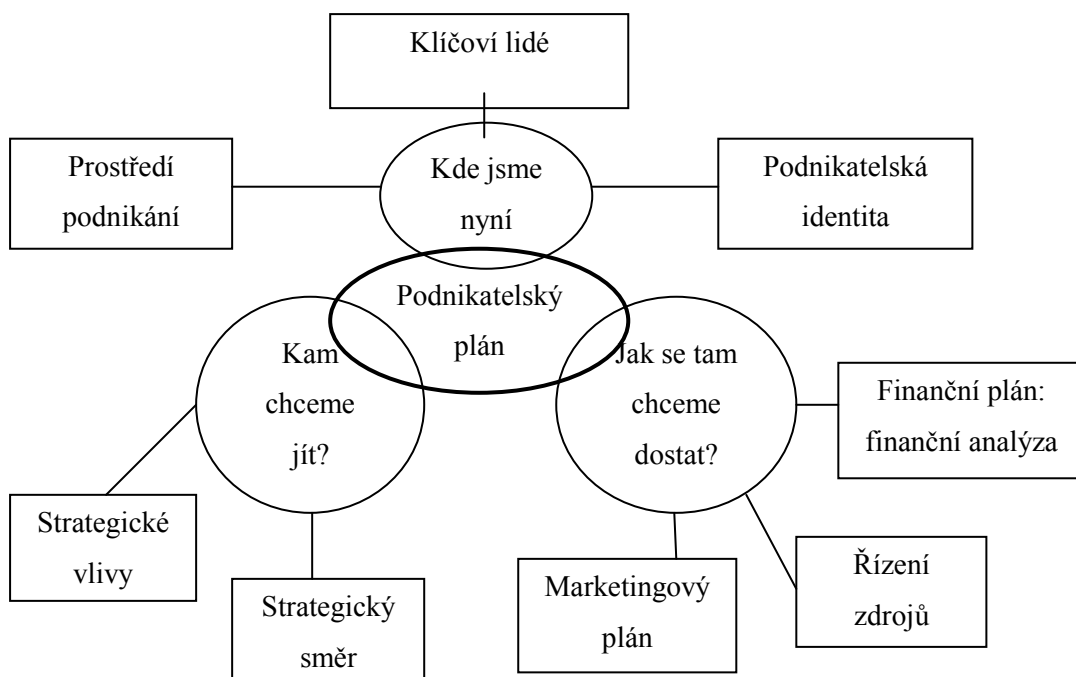
Podnikatelský plán je významný dokument jak před začátkem podnikání, tak i potom v samotném průběhu činnosti podniku. Náměty a nápady, které si podnikatel sumíruje v samotných počátcích podnikání, je třeba pak také uskutečnit. Právě z důvodu realizace všech myšlenek a proto, aby se podnikání nesetkalo s neúspěchem, je zde podnikatelský plán.

Podnikatelský plán slouží k vymezení cílů podnikání a také jak se k těmto cílům dopracovat. Jedná se o písemný dokument charakterizující nejdůležitější vnitřní a vnější faktory, se kterými se lze setkat při zahájení podnikatelské činnosti a v jejím dalším průběhu. Je také vhodným prostředkem vedení podniku k jeho růstu, zejména při zajišťování finančních zdrojů. Důležitou částí podnikatelského plánu by měla být také tzv. studie proveditelnosti. Ta slouží ke zjištění, zda by daná akce na trhu mohla potenciálně vést k úspěchu. Výrazně také může omezit riziko neúspěchu. Námaha při zpracování studie proveditelnosti se může velmi vyplatit.

2.3.1 Smysl a účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán zahrnuje odpovědi na otázky jako: *kde se právě teď nacházíme, kam se chceme dostat, jak se tam chceme dostat*. Dobře zpracovaný podnikatelský plán by měl otázky tohoto typu zodpovědět. Všechny faktory a jejich vzájemné spojitosti, které je třeba zvážit, jsou uvedeny na následujícím obrázku:

Obr. 2.1 Smysl a účel podnikatelského plánu



Přepřacováno z: Koráb, Mihalisko, 2005, str. 24

Pro stanovení toho, **“kde jsme nyní”**, je nutno podrobně charakterizovat:

- Náš podnik – jeho právní formu podniku a organizační strukturu,
- Klíčové pracovníky – jakým způsobem bude podnik veden, kteří zásadní pracovníci budou v manažerských funkcích a jaká je jejich kvalifikace,
- Prostředí podnikání – s použitím nástrojů SLEPT analýzy, která charakterizuje faktory obecného prostředí, kde podnik působí
(S – Sociální, L – Legislativní, E - Ekonomické, P – Politické, T – technologické).

Při otázce **“kam chceme jít”** se vymezují cíle a strategie podniku. Strategie se vztahuje k cílům, ke kterým je potřeba se dopracovat. Jsou to vlastně kýžené budoucí stavy, kterých je záhodno dosáhnout. Strategii zajišťuje vrcholový management nebo vlastníci podniku. Cílem je dosažení dlouhodobé harmonie mezi posláním podniku, jeho dlouhodobými cíli, použitelnými zdroji a také mezi podnikem a jeho vnějším prostředím.

Na poslední klíčovou otázku **“jak se tam chceme dostat”** hledáme odpověď prostřednictvím zpracování důkladného finančního plánu (včetně finanční analýzy), dále

plánem správy finančních, lidských a materiálových zdrojů a nakonec velice důležité je zpracovat dobrý marketingový plán (Koráb, Mihalisko, 2005).

2.3.2 Struktura podnikatelského plánu

Přesné vymezení toho, jak by měl podnikatelský plán vypadat, neexistuje. Každá instituce (ať už je to banka, či investor) má odlišné nároky na to, jak by měl vypadat. Jeho obsah můžeme sestavit například následujícím způsobem:

- „Shrnutí,
- Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy,
- Popis podnikatelské příležitosti,
- Majetkoprávní vztahy související s projektem,
- Technicko-technologická část projektu,
- Dodavatelské zajištění realizace projektu,
- Vstupy projektu – materiálové vstupy a energie,
- Postavení firmy na trhu, konkurence, marketing,
- Zabezpečení prodeje,
- Finanční plán,
- Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu,
- Příloha“ (Srpová a kol., 2007, str. 11).

Shrnutí

Doporučený rozsah shrnutí jsou 2 až 3 stránky formátu A4. Mělo by být krátké, ale podrobně zpracováno. Tato výpověď o podniku má za úkol především zaujmout čtenáře. Shrnutí má být stručné, ale ne tak, aby se omezila vypovídající schopnost. Obsahem má být reálný popis výrobku nebo služby, dále trhu, na který se chceme zaměřit a nakonec popis skupiny zákazníků, na něž je produkt zaměřen (Vojík, 2009).

Jedná se o krátký přehled nejpodstatnějších bodů. Shrnutí by nemělo být v podobě úvodu. Příslušní pracovníci v bankách a investoři si vždy nejprve přečtou toto shrnutí. Mělo by být strukturováno takovým způsobem, aby se dalo snadno a rychle přečíst a aby byl zřejmý hlavní podnikatelský záměr. Nejlepším řešením je přehledná tabulka se stěžejními údaji. Dále by mělo shrnutí zahrnovat informace o **podnikatelském záměru**. Krátce charakterizovat předmět podnikání, výrobek či službu, inovační cíle a odpovídající trhy. Důležitou součástí je také popsat **faktory úspěchu** podnikání, tzn. rozvinout, co je na daném podnikání výjimečného, jeho konkurenční klady. Dále je dobré popsat **podnikové cíle**, tedy vysvětlit

výchozí hypotézy, cíle a příležitosti možného růstu podniku. Jde vlastně o popsání podnikatelské vize. Nakonec je třeba se věnovat **ekonomickým cílovým veličinám a potřebě kapitálu**. Cílem je objasnit, jaký obrat a zisk chceme získat, kolik kapitálu bude potřeba k jejich uskutečnění a jak bude investovaný kapitál oceněn.

Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy

Banky a investoři kladou velký důraz na schopnosti managementu, tedy vedení firmy. I za předpokladu, že má firma dokonalé technologie, skvělý produkt a velmi dobré potencionální postavení na trhu, o tom, zda bude podnik úspěšný či nikoliv, rozhodují právě podnikatelské a odborné znalosti a schopnosti managementu. Proto investoři a banky pečlivě prověřují vedení a zaměstnance podniku. Úspěšné získání nezbytného finančního kapitálu může být jen tehdy, jestliže má firma zaměstnance, kteří jsou způsobilí uskutečnit daný podnikatelský záměr. Zásadní oblasti, na které je potřeba se orientovat, je **podnikové vedení**, další **zaměstnanci a poradci**.

- **Vedení podniku** – lidé, kteří budou v čele vedení podniku, jejich manažerské, podnikatelské a odborné know-how, schopnosti k úspěšnému dosažení podnikatelského záměru, zkušenosti, znalosti a kompetence (ty znamenají mnohdy více, než jakýkoliv akademický titul).
- **Zaměstnanci a organizační struktura** – kolik zaměstnanců bude v podniku pracovat, jejich kvalifikace a věková skladba. Také je dobré popsat pracovní náplň zaměstnanců.

Popis pracovní náplně obsahuje:

- popis pracovního místa a zaměstnance, který tuto funkci bude vykonávat,
 - odborné nároky na odpovídající zaměstnance,
 - organizační umístění pracovního místa,
 - kompetence.
- **Poradci** – jmenovité uvedení nejvýznamnějších poradců podnik. Zapojení reklamních agentur, daňových nebo podnikových poradců nebývá posuzováno záporně. Naopak je to hodnoceno kladně, jako prokázání profesionality (Srpová a kol., 2007).

Popis podnikatelské příležitosti

V této části vysvětlíme bance nebo investorovi, v čem máme za to, že je naše podnikatelská příležitost. Nejlepší možností je přijít na to, kde je mezera na trhu, kterou bychom byli naším produktem nebo službou schopni vyplnit. Příležitost se může ale zrodit i zcela náhodně (Srpová a kol., 2007).

Zde bychom také měli popsat, jaký je náš produkt, který nabízíme. Specifikujeme, zda se jedná o výrobek, který produkujeme nebo o službu, kterou chceme zákazníkům poskytovat. Nejprve vždy uvádíme ten produkt, u kterého předpokládáme nejvyšší obrát. Dále pokračujeme dalšími produkty. Snažíme se prezentovat produkt z pohledu užití pro zákazníka. O technických rozměrech produktu se pouze zmíníme, nebudeme zacházet do podrobných technických detailů. Čtenář podnikatelského plánu většinou vůbec není z daného oboru, proto by mu přehnaná odbornost výkladu nijak nepomohla (Srpová, Řehoř, 2010).

Často začínající podnikatel předpokládá, že jeho produkt nemá na trhu konkurenci. Tato situace nastává velmi zřídka. Proto je potřeba znát svou konkurenci a být lepší než konkurenti v odvětví. V dnešní době už nestačí nabízet stejné služby jako konkurence, ale nabízet něco navíc, co přesvědčí zákazníka, že právě tato firma je pro něj tou pravou (Srpová a kol., 2007).

Majetkoprávní vztahy související s projektem

Při zahájení podnikání musíme řešit také otázku, kde budeme podnikání provozovat. Musíme si zajistit prostory. Podnikatel musí mít vlastnické nebo užívací právo k pozemkům a prostorům. V případě, že podnikatel nemá k dispozici žádný vhodný objekt, kde by mohl svou podnikatelskou činnost provozovat, má několik možností, které může zvážit. Prostory si může koupit, pronajmout nebo zapojit do podnikání společníka, který má prostory k dispozici. Při rozhodování je třeba důkladně zvážit vhodnost objektu z hlediska charakteru podnikání, lokality, technického stavu, provozních nákladů, přijatelnosti kupní ceny apod. (Srpová a kol. 2007).

Technicko-technologická část projektu

Jak už bylo zmíněno, v této části podnikatelského záměru není žádoucí zacházet příliš do podrobností. Důležité je, aby čtenář pochopil hlavní principy výroby, jaká kvalifikace je požadována u zaměstnance. Dobré je popsat základní úseky výroby a stroje, které daným úsekům odpovídají. Můžeme také uvést, kdy budeme stroj kupovat, jeho cenu a kdy bude zapojen do provozu (Srpová a kol., 2007).

Firma by také měla představit svůj přístup k jakosti. Nejlepší možnou cestou k prezentaci jakosti jsou normy ISO. Například norma ISO 9001 je zaměřená na systém managementu kvality nebo norma 14001, která upravuje systém environmentálního managementu (Veber, Srpová, 2008).

Dodavatelské zajištění realizace projektu

Tato část je vlastně seznámením se s přichystaným plánem realizace projektu. Obsahem jsou údaje jako termíny, smluvní zajištění investiční výstavby a chystaný začátek provozu. Díky těmto informacím si lze přesně určit investiční náklady. Tato součást podnikatelského plánu by měla být zpracována s využitím vhodných metod a technik, jako např. Ganttův diagram nebo síťová analýza. Cílem je ukázat, že mezi jednotlivými aktivitami panuje koordinace. Hlavně z toho důvodu, že v případě nedokonalostí a chyb podnikatelského plánu může dojít k výrazným ztrátám (Srpová a kol., 2007).

Vstupy projektu – materiálové vstupy a energie

Zde se věnujeme především základním materiálům a surovinám, které jsou pro nás potřebné, aby naše podnikání mohlo fungovat. Mnohdy představují významnou část výrobních nákladů. Například v potravinářském průmyslu představují suroviny a materiály až 80% výrobních nákladů. Při rozhodování o tom, jakou kombinaci materiálů a surovin zvolíme, musíme brát ohled na několik významných faktorů:

- **Kvalita** – hodnotíme z hlediska fyzikálních a chemických vlastností. Podle toho, jakou kvalitu očekáváme u konečného produktu, zvolíme vstupy – tedy základní materiál a suroviny.
- **Vzdálenost** – zde hovoříme o dostupnosti materiálů a surovin. Jejich přeprava představuje majoritní část dopravních nákladů. Je nutno brát také ohled na klady a zápory jednotlivých druhů dopravy (silniční, železniční, letecká, lodní,...)
- **Dostupnost** – hodnotíme nejen to, jestli máme materiál k dispozici nyní, ale jestli ho budeme mít k dispozici po celou dobu životnosti projektu.
- **Substituce** – možnost nahrazení materiálu, pokud bude nedostupný.
- **Cenová úroveň** – tato položka se také výrazně projeví ve výrobních nákladech. Cenu je třeba hodnotit v souvislosti s kvalitou.
- **Riziko** – související se zajišťováním materiálu. Podle toho, jak vzdálený je materiál, jaké překážky mohou nastat v plynulosti dopravy a zásobování, se hodnotí míra rizika.

Ta pak určuje, jak vysoká musí být pojistná zásoba. To se pak samozřejmě může také projevit jako růst nákladů (Srpová a kol., 2007).

V této souvislosti je také potřeba si ujasnit vztahy s dodavateli. Uvedeme komponenty, které jsou pro nás z hlediska finálního produktu důležité. Také si ujasníme komponenty s vysokým nákupním rizikem. Podle toho pak může poskytovatel kapitálu určit riziko. Musíme proto projevit informovanost v otázkách jako je cenové kolísání materiálů a surovin, množství našich dodavatelů, konkurence u jednotlivých dodavatelů, plnění termínů daných dodavateli a přístup k potřebným surovinám a materiálům po celou dobu životnosti projektu (Veber, Srpová, 2008).

Postavení firmy na trhu, konkurence, marketing

Každý podnik potřebuje **trh**, na kterém bude zájem o jeho nabízený produkt. Investoři se zajímají o dané trhy a příležitosti, jak se na nich uplatnit. Z tohoto důvodu je podstatné prokázat potenciál daného trhu. V podnikatelském plánu je potřeba definovat jak celkový trh, tak cílový trh, na který se hodláme orientovat. Je zbytečné celkový trh popisovat detailně. V podnikatelském plánu představíme jen zákazníky, kteří mají z výrobku nebo služby větší užitek, mají k výrobku nebo službě jednoduchý přístup a kteří jsou ochotní za výrobek (službu) zaplatit. Vymezíme si celkový trh a charakterizujeme ho. Přitom se snažíme o jeho co nejlepší a nejpresnější definici, lépe se pak výrobky a služby modifikují na potřeby a požadavky zákazníka.

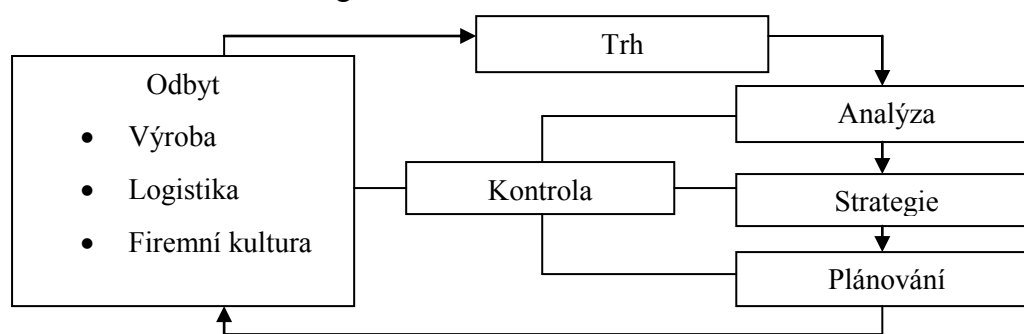
Poté, co si trh definujeme, provedeme průzkum trhu. Snažíme se o něm získat co nejvíce informací. Mezi příhodné informační zdroje se řadí např. internet, informační materiály statistického původu, ročenky, měsíční a čtvrtletní zprávy o informacích z regionů, informace z ministerstev a dalších vládních institucí, atd. (Srpová a kol., 2007).

Dalším krokem při tvorbě podnikatelského plánu je analýza **konkurence**. Snažíme se prostudovat konkurenční vztahy a jejich případný vliv na prodej vlastní produkt. Postupně si definujeme silné a slabé stránky konkurence, metody a postupy, které konkurence používá, atd. Výhodnou metodou k analýze konkurence je benchmarking. Benchmarking nám osvětlí nejen pozici konkurentů, ale hlavně identifikujeme pozici naší firmy na trhu a naše výhody oproti konkurenci. Při postupování nejdříve prozkoumáme konkurenty všechny. Až potom definujeme ty konkurenty, kteří proti nám stojí v konkurenčním poměru. A na tyto konkurenty se zaměříme. Informace o konkurenci můžeme posuzovat tak, že si vytvoříme

matici. Prostřednictvím matice vymezíme přednosti a slabiny naší firmy a na jejich podkladu určíme konkurenční pozici našeho podniku. Informace, které použijeme, si však vždy nejprve ověříme. Konkurenční firmy mohou snadno proti nechtěné konkurenci vykonat spoustu opatření, jako například snížení cen, posílit reklamu, roznést vymyšlené informace apod. (Srpová, Řehoř, 2010).

Významný vliv na možný budoucí úspěch firmy má **marketing**, protože kořenem podnikatelského úspěchu startujícího podniku je zdárné uplatnění výrobků nebo služeb na trhu. Nejprve charakterizujeme marketingový systém naší firmy a dále marketingové plánování a marketingový plán, jakožto neoddělitelné komponenty marketingového systému. Na marketingový systém nejvíce působí jeho vnější a vnitřní prostředí. Marketingový plán by tedy měl začínat analýzou prostředí. Realizace marketingu v podniku je sérií nepřetržitých kroků, jak je zachyceno na následujícím obrázku:

Obr. 2.2 Základní marketingové schéma



Přepřacováno z: Koráb, Mihalisko, 2005, str. 34

Jak lze z obrázku vyčíst, rozhodujícím faktorem je trh. Jak už bylo řečeno, trh je třeba analyzovat. Tyto zjištěné informace o trhu a tržním prostředí se pak zpracují v rámci marketingových strategií a marketingového plánu. Nejpodstatnější součástí marketingového procesu je **prodej** (odbyt) výrobků. I když máme dokonalý výrobek, je nám to k ničemu, pokud se neprodává.

Pokud se zaměříme konkrétně na vývoj malého podniku, je možné marketing charakterizovat prostřednictvím několika etap. Tyto etapy jsou:

- Výchozí marketingové činnosti,
- Marketingové postoj „udělej si sám“,
- Prodej jako reakce,

- Aktivní, integrovaný marketing (Koráb, Mihalisko, 2005).

Při sestavování marketingového plánu je třeba si stanovit **marketingové cíle**. Podnik nemůže být kvalitně veden, pokud nemá přesně vymezené marketingové cíle. Marketingové cíle můžeme definovat jako odpovědi na otázky jako: Jaké bude naše postavení na trhu, kam se chceme dostat? Jakých obrátů a podílů na trhu se budeme snažit dosáhnout? O jaké růstové cíle budeme usilovat?

Následuje **uvvedení výrobku na trh**. Při tomto kroku je třeba učinit některá strategická rozhodnutí. Nejprve si musíme určit formu vstupu na trh. Následuje vyhotovení konkurenční strategie a poziční strategie na trh. Nakonec je velmi důležité si vstup na trh příhodně načasovat (Srpová a kol., 2007).

Významným činitelem úspěchu je správná **cenová politika**. Základem cenové politiky je samozřejmě stanovení ceny výrobku. Pak je to politika cenové úrovně, tedy jestli naše ceny budou nízké nebo vysoké. Dále sem patří cenová strategie, slevová strategie, platební předpoklady nebo dodavatelská politika. Při stanovení ceny bohužel není žádný optimalizační výpočet nebo matematický model. Proto podniky mnohdy vycházejí z neúplných informací. Při určení optimální ceny je dobré mít i náležitou úroveň zkušenosti. Cena musí určitě pokrýt náklady, aby zabezpečila přežití podniku. Rovněž však musí zabezpečovat zisk. Přitom je třeba přihlídnout k tomu, jakou výši ceny budou zákazníci svolní zaplatit. Cena musí být usměrňována i podle ceny konkurence (Srpová, Řehoř, 2010).

Zabezpečení prodeje

Zabezpečení prodeje je zajišťováno prostřednictvím **prodejní politiky**. Cílem prodejní politiky je zajistit, aby se nabídka produktu dostala k cílovým zákazníkům. Pokud nám na to nestačí prostředky, je možné zapojit externí obchodní instituce, popř. obchodní zástupce. Co se týče podnikatelského plánu, zde je dobré specifikovat prodejní koncepci a charakterizovat využití jednotlivých prodejních cest. Ptáme se: Budeme zabezpečovat všechny prodejní činnosti nezávisle? Bude náš prodej směřovat přímo k finálním zákazníkům? A v případě využití pomoci prodejních mezičlánků: Které z těchto obchodních institucí jsou nejvhodnější? Které z nich zapojíme do podnikání? Budeme chtít spolupracovat s velkoobchody nebo se zaměříme jen na maloobchod? V podnikatelském plánu uvádíme strukturu prodejní jednotky a počet a kvalifikaci jejích pracovníků.

Dále musíme provést **kalkulaci prodejních nákladů**. Prodejní náklady se mnohdy udávají jako procento z obrátu. Existuje ale příhodnější postup. Při využití tohoto postupu si

nejdříve specifikujeme své prodejní cíle. Pak určíme, kolik potřebujeme zákazníků a zakázek. Stanovíme náklady na ostatní prodejní aktivity a vytyčíme, kolik pracovníků budeme potřebovat na pokrytí těchto aktivit. Definujeme kvalifikaci zaměstnanců prodejního oddělení. Nakonec započítáme další náklady spojené s prodejem, jako cestovní výlohy, náklady na podporu prodeje, telekomunikační služby, rekvalifikace apod.

Důležitou součástí jsou **poprodejní služby**. Jak bude se zákazníkem jednáno a zacházeno a jestli bude spokojen, přímo souvisí s tím, jestli se k nám vrátí. Není účinnější reklama než reklama spokojeného zákazníka (Srpková a kol., 2007).

Finanční plán

Finanční plán je vlastně přenesení předchozích částí podnikatelského plánu do finanční podoby. Dokládá, zda je daný podnikatelský záměr uskutečnitelný. Základními částmi finančního plánu je plánový **výkaz zisku a ztráty**, plánová **rozvaha** a plán **peněžních toků** (cash flow). Tyto výkazy se pak doplňují krátkým, vysvětlujícím komentářem. Jednotlivé výkazy musí mít reálný základ. Je podstatné získat důvěru externích subjektů v otázce dlouhodobé rentability, tedy ziskovosti projektu. Pro prokázání příhodné finanční situace podniku využijeme **poměrové finanční ukazatele**. Mezi ně řadíme ukazatele likvidity, rentability, aktivity a zadluženosti (Veber, Srpková, 2008).

Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu

Při hodnocení potencionální úspěšnosti podnikatelského plánu je doporučeno sestavit **SWOT analýzu**. Ta doloží, zda tvůrce podnikatelského plánu zná jeho silné a slabé stránky a také příležitosti a ohrožení plánu. Je lepší projekt zhodnotit ze všech stran a dokázat tak investorovi nebo bance, že má svůj plán promyšlen a má přichystaná řešení pro každou možnost či variantu, která by mohla nastat. SWOT analýza má svůj název vyvozen z anglických slov:

- S – strenghts = silné stránky,
- W – weaknesses = slabé stránky,
- O – opportunities = příležitosti,
- T – threats = hrozby.

Každý podnikatelský plán má svá rizika. **Riziko** je vlastně pravděpodobnost negativní situace, která by nás mohla ovlivnit. Je tedy nutné provést analýzu rizik. A to buď jako expertní hodnocení nebo prostřednictvím analýzy citlivosti.

Expertní hodnocení okolností rizika je vlastně expertní odhad jejich důležitosti vzhledem k předpokládaným cílům firmy. Každý faktor rizika je tím více zásadní, čím pravděpodobnější je jeho přítomnost a čím vyšší je síla záporného vlivu. Naproti tomu analýza citlivosti určuje citlivost hospodářského výsledku na faktory, které na něj působí (Srpová a kol., 2007).

Příloha

Zde uvádíme pomocnou dokumentaci. Jedná se o informativní materiály, které není třeba zařadit přímo do podnikatelského plánu. Může však zahrnovat odkazy na ně. Kupříkladu se může jednat o korespondenci se zákazníky, dodavateli nebo o informace z výchozího průzkumu (Koráb, Mihalisko, 2005).

2.3.3 Zásady tvorby úspěšného podnikatelského plánu

Podnikatelský plán musíme vytvořit tak, aby čtenáře na prvním místě zaujal. Investoři, banky, popř. případní partneři mají s největší pravděpodobností na výběr mezi hned několika dalšími podnikatelskými plány. Úkolem našeho plánu je tedy to, aby si právě tento plán vybrali.

Podnikatelský plán musíme **orientovat na trh**. Proto musíme určit, komu je výrobek určen, komu ho chceme nabízet a prodávat. Jasně určeno musí být, jakému trhu se chceme věnovat a jak je tento trh velký. Vyzdvihneme naše klady a výhody, proč si zákazník vybere právě nás. Podnikatelský plán konstruuujeme tak, aby byl **srozumitelný** a do jisté míry **stručný**. Snažíme se vyjadřovat pokud možno jednoduše, nevytváříme přehnaná souvětí jen proto, aby byly věty co nejvíce rozvětvené. Jasně uvedeme závěry vyplývající z našich myšlenek. Snažíme se vyjadřovat stručně, ale tak, aby byla řečena všechna podstatná fakta. Informace musí být **pravdivé** a **reálné**. Při tvorbě podnikatelského plánu **respektujeme riziko** (Srpová a kol., 2007).

Podnikatelský plán by měl být také **jednoduchý**. Není nutné zacházet do nejrůznějších technických a technologických detailů. Důležité je, aby **vyjadřoval výhody produktu**, ve vztahu k uživateli, tedy k zákazníkovi. Rozhodně by se měl zaměřovat na **budoucnost**, tedy ne na to, k čemu se již firma dopracovala, ale k tomu, co má být dosaženo. Není záhodno v podnikatelském plánu projevovat příliš optimistický postoj vzhledem k tržnímu potenciálu. Mohlo by to na investora působit nedůvěryhodně. Není potřeba působit ani přehnaně pesimisticky, pak může být projekt pro investora zase málo lákavý. Je dobré upozornit na **výhody** z hlediska **konkurence**, **přednosti** projektu a také **kvalifikaci managementu**.

Doložíme určitě **schopnost** podniku **hradit úroky a splátky**. Vyzdvihneme schopnost podniku získat zpět vydaný kapitál. Nakonec musíme dávat pozor na to, aby byl podnikatelský plán zpracován hodnotně i z hlediska formální stránky (Fotr, Souček, 2005).

2.4 Právní formy podnikání

Volba právní formy podnikání je významným okamžikem při rozhodování o podnikání. Často volí začínající podnikatelé nejběžnější formu podnikání, aniž by zvážili, zda tato forma je vhodná právě pro ně. I když se dá rozhodnutí v průběhu podnikání změnit, tato změna je finančně i organizačně náročná. Při rozhodování o formě podnikání bereme v potaz hlavně tyto skutečnosti:

- potřebná výše základního kapitálu pro start a následné fungování podniku,
- daňové zatížení,
- vlastní kontrola nad podnikem,
- náklady potřebné k založení firmy,
- manažerské dispozice,
- nástupnictví v podniku.

Z obecného hlediska je možné definovat dvě základní formy podnikání. Těmito formami jsou výlučné vlastnictví a partnerství.

Výlučné vlastnictví jedné osoby je převažující a také nejstarší formou podnikání. Výhodami jsou nízké náklady a jednoduchost, co se týče založení firmy. Vlastník podniku má v otázkách rozhodování plnou pravomoc. Po odečtení daní a poté co uhradí náklady spojené s provozem podniku, zjistí, zdali má zisk nebo ztrátu a v případě zisku si ho může celý ponechat. Kladnou stránkou výlučného vlastnictví je i jednoduchost pozastavení, popř. úplného ukončení podnikání.

Partnerství je sloučení dvou a více osob, které společně mají podnik se záměrem dosažení zisku. Partnerství je záhodno uzavřít písemně. Písemná dohoda ochraňuje zájmy a práva všech společníků. Pokud si dobře ošetříme partnerství, může to pro nás znamenat spoustu pozitivních přínosů. Mezi nejvýznamnější přínosy patří kombinace individuálních dovedností každého společníka, které spolu dohromady vytvoří synergický efekt (Staňková, 2007).

Při výběru potencionálního partnera musíme věnovat zvýšenou pozornost některým záležitostem. Je třeba se ujistit, že se svým partnerem dokážeme zdárně spolupracovat.

Partneři si musí vzájemně věřit. Svět byznysu je neomylně spojen se selháním mnoha partnerství. Je nutno, pokud je to tedy možné, oddělit partnerství od přátelství. Spolu nikdy dobře nefungují. Na druhou stranu, partnerství není nic jiného, než sdílení odpovědnosti za vedení byznysu.

Určitě si musíme stanovit formální hranice partnerství. Toho dosáhneme právě písemnou dohodou, podepsanou všemi partnery (Clark, 2010).

Hlediska výběru společníka:

- profesionální způsobilost,
- návrh společenství někomu z firmy,
- oboustranné porozumění,
- plán podnikatelského pojetí,
- přidělení kompetencí,
- profesní rozdílnost společníků,
- společník z rodiny nebo příbuzenstva,
- výběr společníka za pomoci odborné firmy (Vojík, 2009).

2.4.1 Zákonem stanovené formy podnikání v ČR

Pojďme si ještě připomenout, jak občanský zákoník definuje podnikatele:

„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“ (Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, § 420, odstavec 1)

„Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.“ (Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, § 420, odstavec 2)

V ČR jsou definovány tyto formy podnikání:

1. Veřejná obchodní společnost,
2. Komanditní společnost,
3. Společnost s ručením omezeným,
4. Akciová společnost,

2.4.2 Podnikání fyzických osob

Zde se setkáváme s pojmem „**osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)**“. S tímto výrazem se setkáváme nejčastěji v souvislosti s českými zákony o daních z příjmů, zákony o sociálním zabezpečení a zdravotním pojištění pro fyzickou osobu, která má příjem z podnikání nebo jiné samostatně výdělečné činnosti.

Každá fyzická osoba, která chce podnikat, musí mít **živnostenské nebo jiné oprávnění** k provozování podnikatelské činnosti (Srpková, Řehoř, 2010).

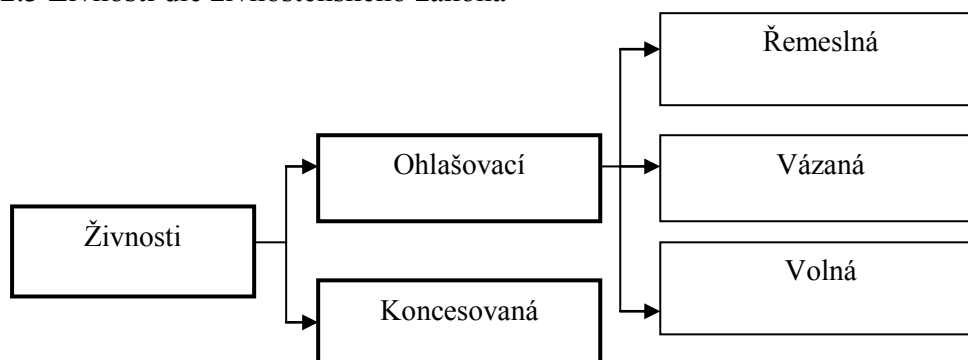
K provozování živnosti je oprávněna:

- **Fyzická osoba (FO)** – s trvalým pobytem v ČR,
- **Právníká osoba (PO)** – se sídlem v ČR,
- **Zahraniční fyzická osoba** – nesmí podnikat v zahraničí, pokud chce podnikat na území ČR, je nutno mít povolení k pobytu,
- **Fyzická osoba se statutem uprchlíka** – může provozovat živnost za stejných podmínek, jako občan ČR s bydlištěm na území ČR (Mikušová, 2002).

Druhy živnosti

Na následujícím obrázku je znázorněno, jak se dělí živnosti z hlediska požadavků na odbornou způsobilost.

Obr. 2.3 Živnosti dle živnostenského zákona



Přepřacováno z: Koráb, Mihalisko, 2005, str. 87

- **Ohlašovací živnost** – vznikají a jsou dále provozovány po ohlášení. Prokazují se výpisem ze živnostenského rejstříku. Dále se rozdělují na:
 - **Řemeslná živnost** – potřebujeme výuční list, maturita v daném oboru, diplom z oboru, popř. šestiletá praxe s oboru.
 - **Vázaná živnost** – musí být prokázána odborná způsobilost, dle přílohy živnostenského zákona.
 - **Volná živnost** – podnikatel nepotřebuje žádnou odbornou způsobilost.
- **Koncesovaná živnost** – jejich podkladem je správní rozhodnutí. Koncesovaná živnost je také prokázána výpisem ze živnostenského rejstříku. Mimo prokázání odborné způsobilosti je nutné také kladné vyjádření odpovídajícího orgánu státní správy (Srpová, Řehoř, 2010).

Každý, kdo chce získat živnostenské oprávnění, musí splňovat podmínky pro získání živnostenského oprávnění, tak jak je definuje živnostenský zákon.

Všeobecné podmínky - věk 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost, předložení dokladu, že FO nemá daňové nedoplatky.

Bezúhonný je ten, kdo nebyl odsouzen:

- pro trestný čin spáchaný úmyslně k nepodmíněnému trestu odnětí svobody v trvání alespoň jednoho roku,
- pro trestný čin spáchaný úmyslně, jehož skutková podstata souvisí s podnikáním,
- pro trestný čin spáchaný z nedbalosti, jehož skutková podstata souvisí s podnikáním.

Zvláštní podmínky – odborná nebo jiná způsobilost, která je řádně doložena náležitými dokumenty. Odborná způsobilost se prokazuje příslušným vzděláním a žádanou délkou praxe (Mikušová, 2002).

2.4.3 Podnikání právnických osob

Při zahájení podnikatelské činnosti jako právnická osoba musíme počítat s tím, že administrativní spojená se zahájením činnosti bude pracnější. U některých forem podnikání je také nutno složit základní kapitál. Každá právnická osoba je povinna zapsat se do obchodního rejstříku. V zákoně o obchodních korporacích jsou vymezeny tyto právnické osoby:

- **Osobní společnost** – přímá účast podnikatele na vedení firmy, společníci ručí většinou neomezeně za závazky společnosti. Mezi osobní společnosti řadíme veřejnou obchodní společnost (v.o.s.) a komanditní společnost (k.s.).
- **Kapitálová společnost** – společníci jsou povinni vložit vklad, ale jejich ručení za závazky společnosti je omezené, popř. žádné. Mezi kapitálové společnosti řadíme společnosti s ručením omezeným (s.r.o.) a akciové společnosti (a.s.).
- **Družstvo** – ne tak často využívaná právní forma podniku.

2.5 Veřejná obchodní společnost

Ve veřejné obchodní společnosti podnikají nejméně dvě osoby pod společným podnikem. Tyto osoby ručí za závazky společnosti solidárně – tedy společně a nerozdílně, a to celým svým majetkem. Společník může být fyzická osoba splňující všechny podmínky provozování živnosti, a to v souladu s živnostenským zákonem. Společník může být také právnická osoba. Práva a povinnosti této právnické osoby jsou ve společnosti vykonávány statutárním orgánem. Podnik je povinen mít v názvu „veřejná obchodní společnost“, „veř. obch. spol.“ nebo v.o.s.

Společnost má možnost, aby za ni veškeré právní úkony prováděl prokurista. Prokura musí být zapsána v obchodním rejstříku.

Co se týče ručení společnosti, veřejná obchodní společnost odpovídá za závazky společnosti celým svým majetkem. Jak už bylo řečeno, společníci ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně.

Statutárním orgánem jsou všichni společníci. Jsou oprávněni jednat za společnost navenek. Mezi sebou mají uzavřenou společenskou smlouvu, na jejímž základě mají stanoveny zásady pro vedení společnosti. Není-li společenskou smlouvou dáno jinak, disponuje každý společník jedním hlasem.

U veřejné obchodní společnosti není zákonem stanovená minimální výše základního kapitálu (Nývtová, Marinič, 2010), (Koráb, Mihalisko, 2005).

2.6 Komanditní společnost

Společníci v komanditní společnosti se rozdělují na komanditisty a komplementáře. Komanditisté ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu, tak jak je uveden v obchodním rejstříku. Komplementáři ručí celý svým majetkem. Komplementář musí splňovat všeobecné podmínky pro provozování živnosti dle zvláštního předpisu a nesmí u něj

být dána překážka provozování živnosti podle zvláštního předpisu (nehledě na předmět podnikání). Podnik musí mít v názvu „komanditní společnost“, „kom. spol.“ nebo k.s. Tato forma podnikání má v sobě spojení v.o.s. (komplementáři) a s.r.o. (komanditisté).

Z hlediska ručení společnost odpovídá za své závazky celým svým majetkem. A jak už bylo výše zmíněno, komplementáři ručí veškerým svým majetkem, zatímco komanditisté pouze do výše svých nesplacených vkladů, které jsou zapsány v obchodním rejstříku.

Statutárním orgánem komanditní společnosti jsou komplementáři. Každý komplementář může jednat jménem společnosti nezávisle, není-li určeno společenskou smlouvou jinak.

Výše základního kapitálu není zákonem dána. Avšak komanditista je povinen vložit do základního kapitálu vklad. Výše vkladu je stanovena ve společenské smlouvě, minimálně to však musí být částka ve výši 5000 Kč. Vklad je povinen splatit v době, jež je stanovena ve společenské smlouvě, bez zbytečného odkladu, nebo po zahájení účasti na společnosti (Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích).

2.7 Akciová společnost

Akciová společnost patří ke starším právním formám podnikání, ale pro svou náročnost založení se v rámci malých a středních firem příliš nepoužívá. Akciová společnost může být vytvořena buď jednou právnickou osobou, popř. dvěma a více zakladateli. Společnost ručí za své závazky celým svým majetkem. Akcionář - společník za závazky společnosti neručí.

Výchozí listinou společnosti jsou stanovy. Statutární orgán tvoří představenstvo, které musí mít nejméně 3 členy. Členy představenstva volí i odvolává valná hromada, která je ve společnosti orgánem nejvyšším. Dalším orgánem společnosti je dozorčí rada, která dohlíží na realizaci podnikatelské činnosti a také na provedení působnosti představenstva. Dozorčí rada musí mít také nejméně 3 členy.

Základní kapitál společnosti je rozčleněn v podobě akcií o určené jmenovité hodnotě. Musí být nejméně 2 mil. Kč, pokud je společnost založena bez veřejné nabídky akcií. S veřejnou nabídkou je to pak minimálně 20 mil. Kč.

2.8 Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným podléhá od počátku roku 2014 nové právní úpravě. Tato nová právní úprava vznikla především za účelem jejího snadnějšího a pružnějšího chodu.

Mezi novinky patří například to, že jedna osoba může mít ve vlastnictví více než jeden podíl. Pokud teď tedy společník vlastní 30% podíl, může k němu zakoupit další 30% podíl a tyto podíly se mu spojí do jednoho 60% podílu. V případě, že bude chtít jeden 30% podíl prodat, může tak učinit, aniž by byl nucen absolvovat nadbytečný proces rozdělování podílu.

Jednodušší je nyní i převod podílu na další osoby. Obzvláště pokud je ve společenské smlouvě dáno, že je podíl řazen jako tzv. kmenový list. Převod může být proveden jen prostřednictvím ústní dohody při postoupení kmenového listu, opatřeném náležitým rubopisem.

Podíly jsou nyní variabilnější také z hlediska práv s nimi spojenými. Nově může být ve společenské smlouvě dáno, aby s určitým druhem podílu byla sloučena specifická práva (např. větší váha hlasů nebo výsadní právo na vyplácení zisku).

Dle nové úpravy může dojít k vystoupení společníka ze společnosti v situaci, kdy nesouhlasí s některým z rozhodnutí valné hromady, nebo když mu byl zamítnut souhlas s převedením podílu.

Mezi nejvýznamnější změny patří nejspíše změna v oblasti základního kapitálu. Už se na něj tak nespolehá. Dříve byla minimální výše základního kapitálu 200 000 Kč a ten musel být do 5 let splacen. Nyní stačí složit základní kapitál ve výši pouze 1 Kč [Nový občanský zákoník, 28. 3. 2014, online].

Společnost s ručením omezeným může založit jedna osoba, která může být osobou právnickou i fyzickou. Jedna osoba může být společníkem a zakladatelem v libovolném počtu společností s ručením omezeným.

Společnost ručí za své závazky celým svým majetkem. Společníci odpovídají za závazky společně a nerozdílně (solidárně) do výše souhrnu nesplacených vkladů všech společníků, dle aktuálního zápisu v obchodním rejstříku. V případě, že je v obchodním rejstříku uvedeno, že všichni společníci své vklady splatili, jejich ručení za závazky zaniká.

Statutární orgán společnosti s ručením omezeným tvoří jeden nebo více jednatelů. Pokud neurčí společenská smlouva jinak, může každý z jednatelů jednat jménem společnosti samostatně. Jednatel je zmocněn k obchodnímu vedení společnosti.

Mezi další orgány společnosti patří valná hromada. Valná hromada se řadí k nejvyšším orgánům společnosti. Rozhoduje ve významných záležitostech souvisejících se společností.

Dalším orgánem je dozorčí rada. Existence dozorčí rady ve společnosti není povinná. Je tvořena, pokud je tak určeno ve společenské smlouvě. Členové dozorčí rady jsou jmenováni valnou hromadou. Dozorčí rada musí být minimálně tříčlenná (Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích).

2.9 Srovnání jednotlivých forem podnikání

U veřejné obchodní společnosti se řadí k největším výhodám, že není nutné vytvořit základní kapitál. Avšak neomezené ručení společníků může přinášet určitá rizika. Primárně ovšem za závazky společnosti ručí sama společnost.

V komanditní společnosti není třeba příliš velkého počátečního kapitálu. Je zde však náročnější administrativa při zahájení podnikání.

Akciová společnost má velkou výhodu v tom, že společníci neručí za závazky společnosti. Je však zapotřebí složit dosti vysoký základní kapitál. Akciová společnost má také poměrně složitou právní úpravu a je zde poměrně velká administrativní zatíženost při vzniku společnosti.

K výhodám společnosti s ručením omezeným patří nesporně omezené ručení společníků. Nově můžeme k výhodám zařadit i nízký základní kapitál, v symbolické výši 1 Kč. Nevýhodou je nepochybně náročnější administrativa při založení podnikání. Pro vyhotovení této práce jsem si vybrala formu společnosti s ručením omezeným (Mikušová, 2004), (Veber, Srpová, 2008).

3 Praktická část: Založení společnosti s ručením omezeným

V následující části se budeme věnovat praktickému založení společnosti s ručením omezeným. Uvedeme, jaké jsou formální náležitosti při zakládání společnosti a jejich časová návaznost. Bude vytvořen podnikatelský plán. Bude provedeno zhodnocení podniku při reálném uvedení na trh.

3.1 Popis zakládané společnosti

Fiktivní zakládaná společnost se bude jmenovat Fotoateliér HappySmile, s.r.o. Jak už z názvu vyplývá, tato společnost se bude věnovat fotografickým službám. Fotografické služby spadají do živnosti volné (Zákon č. 455/1991 Sb. ČR, o živnostenském podnikání ve znění pozdějších předpisů). Živnostenský zákon fotografické služby specifikuje jako:

„Veškeré pořizování, zpracování a úprava fotografií analogovou i digitální technologií, zařízením a technikou s tím související. Zhotovování černobílých a barevných snímků průmyslových, reklamních, portrétních, figurálních a reportážních fotografií. Zpracování fotografií ručně nebo pomocí strojních zařízení. Úpravy fotografických snímků pomocí retuše, kopírování, zmenšování, zvětšování pozitivů a diapozitivů všech formátů, vyvolávání a úprava vyvolaných filmů, kolorování a příprava fotografických roztoků. Zhotovování snímků v ateliérech, interiérech i exteriérech s výtvarným zaměřením, a to na všechny druhy fotografických materiálů. Praní, čištění, sušení, leštění, stříhání, montáž a další úpravy pozitivních i diapozitivních fotografií a fotografických filmů. Provozování samoobslužných fotografických automatů.“

Vzhledem k tomu, že se jedná o živnost volnou, není třeba k získání živnostenského oprávnění odborné způsobilosti. Postačí splňovat všeobecné podmínky, kterými jsou dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům a bezúhonnost.

Fotoateliér HappySmile, s.r.o. bude založen 2 fyzickými osobami, Simonou Kainerovou a Jiřím Kopalem. Oba společníci budou mít stejný podíl 50%. Společník Simona Kainerová bude zároveň i jednatelem společnosti. Společník Jiří Kopal poskytne počáteční vklad v hodnotě 200 000,- Kč a stane se také správcem vkladu. Společník Simona Kainerová poskytne počáteční vklad v hodnotě 200 000,- Kč. Společnost bude mít sídlo ve městě Kroměříž.

3.2 Postup založení společnosti

Společníci Simona Kainerová a Jiří Kopal si nechali společenskou smlouvu sepsat právní kancelář. Obsah společenské smlouvy společně důkladně probrali, aby vyhovovala oběma stranám. Vhodné prostory k podnikání získali dědictvím a společně sepsali nájemní smlouvu k prostorám. Tyto prostory získal jako dědictví společník Jiří Kopal po svém strýci Karlovi Kopalovi. Dříve v těchto prostorách sídlila společnost zabývající se prodejem kuchyňských potřeb.

Na 17. října 2013 byla svolána ustavující valná hromada. Došlo k podepsání společenské smlouvy za dohledu notáře. Součástí společenské smlouvy je také podpisový vzor jednatele. Ověřilo se i prohlášení správce vkladu. Podepsáním společenské smlouvy došlo k založení společnosti.

Jednatelka společnosti, Simona Kainerová, se dne 1. listopadu 2013 dostavila na živnostenský úřad, aby ohlásila živnost právnické osoby. Zaplatila částku 1000,- Kč. K ohlášení živnosti musela doložit ověřené kopie společenské smlouvy a nájemní smlouvy. Jako jednatelka – tedy odpovědný zástupce společnosti, musela Simona Kainerová doložit výpis z rejstříku trestů, doklad o tom, že nemá daňové nedoplatky, doklad, že nemá nedoplatky na sociálním a důchodovém zabezpečení a také čestné prohlášení o překážkách.

Ve lhůtě pěti dnů od ohlášení živnosti, konkrétně dne 4. listopadu 2013 bylo vystaveno živnostenské oprávnění.

Jednatelka Simona Kainerová podala dne 8. listopadu 2013 návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku. Zaplatila soudní poplatek ve výši 6000,- Kč. K návrhu na zápis do obchodního rejstříku musela přiložit společenskou smlouvu, živnostenské oprávnění, souhlas vlastníka prostor (Jiřího Kopala) s umístěním sídla společnosti, potvrzení správce vkladů, dále musí doložit za sebe, jako jednatelku společnosti, výpis z Rejstříku trestů (ne starší než 3 měsíce) a čestné prohlášení jednatele.

Dne 12. listopadu 2013 obdržela jednatelka dopis s doručenkou. Dopis obsahoval Usnesení o zápisu společnosti do obchodního rejstříku. Během 15 dnů pak toto Usnesení nabylo právní moci. Společnost tedy vznikla dne 26. listopadu 2013. V Usnesení bylo i identifikační číslo společnosti.

Společnost musí být registrována na finančním úřadě, proto se tam jednatelka dostavila dne 13. listopadu 2013. Vyplnila přihlášku k registraci, ke které přidala kopii živnostenského oprávnění.

Společnost také musí být přihlášena jako plátce daně ze závislé činnosti a funkčních požitků.

Dne 17. listopadu 2013 obdržela jednatelka společnosti Osvědčení o registraci. Zde bylo společnosti také přiděleno daňové identifikační číslo.

Ve stejný den byla také svolána Valná hromada. Jednatelka společnosti Simona Kainerová seznámila společníka se svým dosavadním jednáním a předložila seznam svých konání. Na Valné hromadě bylo vše schváleno, nyní tedy za závazky společnosti odpovídá společnost. Zápis z této Valné hromady byl vložen do Sbírky listin.

4 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je pro naši zakládanou firmu stěžejní. Bude obsahovat veškeré důležité informace, týkající se zakládané firmy. Bude vlastně srovnáním mezi plánem pro podnikání a realitou. Cílem je, aby nám přinesl peníze – snažíme se přesvědčit investory, aby náš podnik financovali.

Zde se postupně seznámíme s jednotlivými částmi podnikatelského plánu.

4.1 Shrnutí

Náš podnik Fotoateliér HappySmile, s.r.o. bude nabízet kompletní fotografické služby. Cílem je nabízet zákazníkům kvalitní fotografické služby. Fotíme fotografie portrétní, svatební, focení dětí a miminek, rodinné foto, maturitní foto, svatební knihy i školní skupiny. V naší nabídce je také fotografování modelingu, akty a také reklamní a technické fotografie. To vše jak v příjemném prostředí Fotoateliéru s.r.o., tak i kdekoliv, kde si naše služby zákazník vyžádá. Služby Fotoateliéru HappySmile, s.r.o. jsou určeny pro širokou veřejnost. Přímé konkurence v tomto odvětví není tolik a naší konkurenční výhodou bude právě kvalitně odvedená práce za přijatelnou cenu.

Nejdůležitější informace jsou shrnuty v následující tabulce:

Tab. 4.1 Základní informace o podniku

Název podniku	Fotoateliér HappySmile, s.r.o.
Společníci	Simona Kainerová a Jiří Kopal
Jednatel (kontaktní osoba)	Simona Kainerová, Kostelní 528, 767 01, Kroměříž
Sídlo	Velké náměstí 48/41 767 01, Kroměříž
Obor podnikání	Živnost volná č. 68: Fotografické služby
Telefon	737 108 635
Fax	284 596 321
www	http://happysmile.foto.cz
e-mail	info@happysmile.foto.cz
IČ	589685214
DIČ	CZ589685214
Číslo účtu	1256987463/0100

4.1.1 Služby a užitek pro zákazníka

Fotografie uchová důležité okamžiky života navěky. Náš fotoateliér nabízí klientům příjemné prostředí, příjemný personál a hlavně, fotografie, na které naši zákazníci nezapomenou. Focení probíhá buď v ateliéru, nebo na vyžádání v malebných zákoutích města Kroměříž a okolí.

Fotoateliér je vybaven nejrozličnějšími druhy fotografických pozadí a rekvizit, špičkovou fotografickou technikou, příjemným a bezpečným prostředím. Do fotoateliéru proniká denní světlo, což je pro focení velkou výhodou. Naše firma poskytuje zákazníkům kompletní servis – fotografie jim i upravíme a vytiskneme konečnou podobu snímků. Možností je také dodání fotografií na CD/DVD, pokud si je zákazník vyžádá.

Ateliér je vytápěný, jedná se o dvě velké místnosti o rozloze celkem 80m², výška stropu 4 m. Je zde také WC a vybavená kuchyňka.

Součástí nabídky bude i možnost si ateliér pronajmout k vlastní tvorbě.

4.1.2 Tržní prostředí a konkurenční výhoda

Tržní prostředí této části Kroměříže je velmi lukrativní. Má velmi dobré geografické umístění. Jedná se o centrum města, kde je široké spektrum nabídky služeb a náš Fotoateliér HappySmile, s.r.o. tuto nabídku skvěle doplní. Také má výborné ekonomické charakteristiky. Roste zde životní úroveň obyvatel a s tím se zvyšují i mzdy. Věříme, že potencionální segment našich cílových zákazníků tady má velmi dobrou základnu.

Co se týče konkurence, samozřejmě zde působí. Z hlediska nabídky služeb je mezi konkurenty v tomto odvětví velice obdobná. Naší konkurenční výhodou bude nabízet služby kvalitnější za srovnatelné ceny. Také se budeme snažit být pružnější než konkurence, co se týče úpravy a konečného tisku fotografií, tak, aby si je zákazník mohl co nejdříve vyzvednout.

4.1.3 Marketing

Hlavním nástrojem marketingové komunikace jsou naše internetové stránky. Zde budou klientům poskytnuty veškeré informace o nabízených službách. Budou tady k vidění ukázky naší práce, ceník služeb a kontakt.

Další formou marketingové propagace bude profil naší společnosti na sociální síti. Sociální sítě jsou v dnešní době velmi mocnou formou propagace, navíc je velkou výhodou, že je bezplatná.

4.1.4 Finanční stránka podnikání

Počáteční kapitál společnosti je složen z vkladu společníka Simony Kainerové v hodnotě 200 000,- Kč a vkladu společníka Jiřího Kopala v hodnotě 200 000,- Kč. Dohromady má tedy podnik k dispozici 400 000,- Kč.

Cílem je dosáhnout během prvního roku podnikání příjmů v hodnotě 500 000,- Kč. Věříme, že tohoto cílu se nám podaří dosáhnout.

Vzali jsme v úvahu veškerá ekonomická rizika spojená s tímto odvětvím podnikání a celkově rizika spojená s vedením vlastního byznysu v dnešní době a jsme přesvědčení, že úspěch našeho podnikání není nedosažitelný.

4.2 Společnost Fotoateliér HappySmile, s.r.o.

Společnost je nově vznikající právnickou osobou. Za jejím založením stojí 2 společníci. Ti už delší dobu chtěli začít podnikat a oblast fotografických služeb je pro ně známá už z dřívějšíka. Oba společníci už mají v tomto odvětví dřívější zkušenosti a to bylo rozhodující. Společníci se tedy rozhodli založit společnost pod názvem Fotoateliér HappySmile, s.r.o.

4.2.1 Záměry a cíle

Záměrem společnosti je začít a dlouhodobě provozovat fotoateliér ve vlastních prostorách v centru města Kroměříž. Zákazníci se u nás setkají s kvalitními službami, s přijatelnými cenami a také aktivním přístupem, zaměřeným na zákazníky. Jeho součástí bude ctění přání zákazníka a individuální přizpůsobení se každému jednotlivému zákazníkovi. Tento přístup bychom jednoduše definovali jako „služby na míru“.

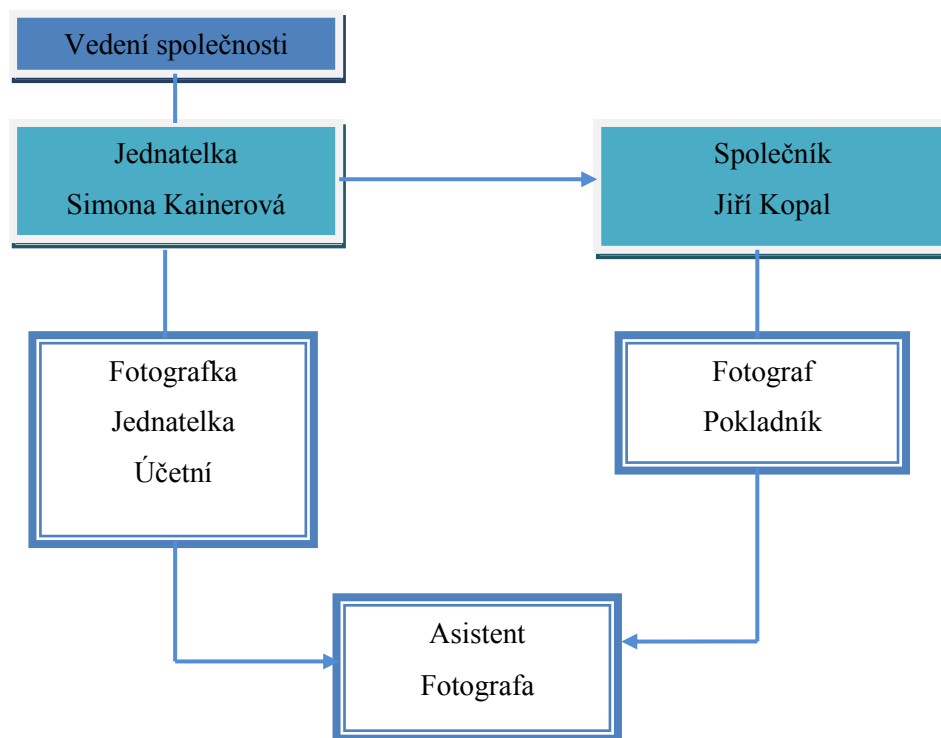
Abychom si zajistili přízeň zákazníků, hodláme nabízet výhodnější ceny např. školám, které každý rok pořádají focení tříd. Tím, že jim nabídneme výhodnější cenu, ale stejnou kvalitu jako konkurence, za předpokladu, že naše služby budou využívat i v dalších letech. Stejně tak například u rodičů, kteří si pravidelně fotí své potomky, nabídneme výhodnější ceny při opakovaném využití našich služeb.

Cíl společnosti je prorazit na trh a získat dobré postavení vůči konkurenci. Důležité pro nás bude také si toto postavení udržet.

4.3 Organizační struktura společnosti

Na následujícím schématu je znázorněna organizační struktura ve společnosti Fotoateliér HappySmile, s.r.o. Dále jsou pak specifikovány funkce jednotlivých pracovníků.

Obr. 4.1 Organizační struktura



Společníci jsou vlastníky společnosti. Zároveň jsou ve firmě zaměstnaní jako fotografové. Pracovní náplní při práci fotografa je focení a prodej zboží. Patří sem i komunikace se zákazníkem a poskytování informací dalším externím i interním subjektům.

Jednatelka společnosti má oprávnění jednat jménem společnosti a náleží jí obchodní vedení společnosti. Má právo uzavírat smlouvy. Vzhledem ke skutečnosti, že má vystudovanou ekonomickou fakultu, bude také firmě vést účetnictví.

Asistent fotografa bude pracovat ve společnosti na základě dohody o pracovní činnosti na dobu určitou. Je v plánu najmout asistenta po určité době, až se prokáže životaschopnost podniku. Bude najat jako brigádník nejspíše z řad studentů. Tato pracovní pozice je přímo podřízena fotografům. Náplní práce jsou pomocné práce pro fotografa, dle aktuální potřeby.

4.4 Marketingový mix

Základem úspěšného podnikání je stanovení dobrého marketingového mixu. Pokud se podnik tzv. „plácá“ v neúspěchu, je zde velká šance, že má špatně stanovený marketingový mix. Marketingový mix je souhrn 4 základních marketingových nástrojů. Pomocí těchto marketingových nástrojů usiluje firma o dosažení svých cílů.

Marketingový mix tvoří 4P, tedy 4 strategické proměnné:

- **Produkt** (Product)
- **Cena** (Price)
- **Propagace** (Promotion)
- **Distribuce** (Placement)

4.4.1 Produkt

Naše společnost nabízí službu fotografování, dále úpravu a tisk fotografií a nakonec prodej doplňkového zboží. Prostřednictvím produktu chceme uspokojit požadavky zákazníka.

Fotografování

Nejvýznamnější částí nabídky našich služeb bude samotné fotografování. Bude naším největším finančním zdrojem. Zde budeme nabízet celou řadu produktů. Všechny samozřejmě v odpovídající kvalitě. V případě potřeby na požádání zákazníka můžeme zajistit vizážistu (tzv. make-up artist). Tato služba však není zahrnuta v základní nabídce, zákazník za ni musí navíc zaplatit.

1. Svatební fotografie

Sem řadíme focení svatebního obřadu, cesty nevěsty, večírku, pak také společné focení novomanželů, případně novomanželů i se svatebčany a focení svatebních detailů. Nabízíme několik balíčků, které kombinují tyto služby. V každém balíčku je určitý počet fotografií na CD/DVD a určitý počet vytištěných fotografií, rozměr 13×18 cm.

Základní balíček Svatba

V základním balíčku je obsaženo pouze focení při obřadu. Z hlediska času by nemělo focení přesahovat 1 hodinu. Počet fotografií je 40 – 50 na CD/DVD a 10 – 15 tištěných.

Rozšířený balíček Svatba 1

Tento balíček obsahuje focení obřadu a navazující focení novomanželů (popř. novomanželé + svatebčané). Navazující focení novomanželů je foceno v exteriéru v přílehlém okolí místa obřadu. Časově se focení pohybuje v rozmezí 2 – 3 hodiny. Počet fotografií je 70 – 80 na CD/DVD a 20 – 25 tištěných.

Rozšířený balíček Svatba 2

V tomto balíčku je zákazníkovi nabízeno focení obřadu, focení novomanželů v exteriéru a také svatební hostiny. Časově vyjde focení na 3 – 4 hodiny. Zákazník dostane 150 fotografií na CD/DVD a 30 tištěných fotografií.

Kompletní balíček Svatba

Tato varianta obsahuje focení během celého dne. Je zde focení obřadu, focení novomanželů, svatební hostiny i večírků. Fotograf zůstane dle domluvy s novomanželkou, většinou 9 – 10 hodin. Zákazník získá 350 fotografií na CD/DVD a 50 vytištěných fotografií.

U všech těchto balíčků je možné rozšíření, vše záleží na domluvě mezi fotografem a zákazníkem. Nejčastěji si zákazník žádá ještě focení před obřadem, tedy přípravy (make-up nevěsty, česání a oblékání), také příjezd ženicha pro nevěstu a odjezd na obřad.

Také je možné dohodnout si před svatebním dnem schůzku s fotografem, kde se ujasní představy a očekávání zákazníka a dohodnou se detaily.

V naší nabídce je také možnost vytvořit svatební knihu nebo videosekvenci, které můžou být pro novomanželky věčnou připomínkou jejich svatebního dne na celý život.

2. Portrétní fotografie

Naše společnost bude nabízet portrétní fotografie, také fotografie modelingové, portrétní focení rodin, miminek a dětí. Tyto fotografie lze fotit jak v interiéru (ateliér), tak i v exteriéru, podle toho, co bude zákazník preferovat. Co se týče exteriéru, zákazník bude mít k dispozici návrhy na vhodné lokality, kde by focení mohlo probíhat. Samozřejmě může přijít i s vlastním návrhem. Fotograf může s výběrem pomoci, ale konečné slovo má vždy zákazník.

Z hlediska rozsahu focení bude záležet na představě zákazníka. V závěru dostane všechny vyfocené fotografie na CD/DVD a vybrané fotografie, které budou upravené, dostane tištěné. Počet fotografií bude záležet na domluvě.

3. Focení školních skupin

Fotografování tříd probíhá nejčastěji v exteriéru, většinou blízko školy, ale dle domluvy může být zvoleno i jiné, vhodnější místo. Některé školy preferují focení v budově školy. Třídní fotografie je pak doplněna vybraným nápisem, jako např.: Školní rok 2013/2014, třída, jméno školy, atd. Je možné vyhotovit i vlastní titulek na přání.

Součástí focení tříd je i focení jednotlivců a skupinek dětí. Zde si můžou děti samy vybrat, zda bude chtít vyfotografovat celou postavu, nebo jen portrét.

Třídní fotografie je možné vyhotovit ve formátu 15 × 20 cm, 15 × 23 cm nebo 20 × 30 cm. Fotografie skupinek dětí a jednotlivců jsou ve formátu 10 × 15 cm.

Třídě může být vyhotovena také velká fotografie ve formátu 40 × 60 cm.

4. Tabla

Fotografie na tabla mohou být foceny v ateliéru, ve vybraném interiéru nebo exteriéru. U každé osoby je nafoceno asi 10 snímků, přičemž je možnost během fotografování nahlédnout na displej fotoaparátu. Veškeré snímky jsou pak na CD/DVD předány k výběru vhodného snímku v klidu, doma. Vybraná fotografie je pak upravena. Součástí focení na tablo je i focení skupinek.

Zákazník obdrží 3 ks fotografie 10 × 15 cm.

5. Další typy fotografií

V naší nabídce jsou také reporty z akcí, firemní akce, reklamní fotografie a průkazkové fotografie. Všechno se odvíjí od požadavků zákazníka.

Tisk fotografií

Profesionálně vytiskneme fotografie na kvalitní fotopapír, s vytvořením zářivých barev a nejlepšího kontrastu. Zákazník si může vybrat mezi kvalitou standard a prémium. Fotografie mají dlouhotrvající odolnost proti blednutí, čímž umožňuje kvalitní archivaci fotografií.

Fotografie jsou nabízeny v několika formátech vyhovujících všem fotoalbům. Všechny formáty nabízíme s volnou délkou, nebo v klasickém poměru stran 2:3. Možností je využít bílý nebo barevný okraj. Povrch fotografií je možný v matném i lesklém provedení.

Nabízené snímky jsou ve formátu:

- 9 × 13 cm,
- 10 × 15 cm,

- 13 × 18 cm,
- 15 × 20 cm,
- 15 × 23 cm,
- 20 × 30 cm,
- 40 × 60 cm.

Doplňkové zboží

Zákazníkovi nabízíme široký sortiment doplňkového zboží, jako jsou rámečky na fotografie, fotoalba a další.

V naší nabídce je také dárkové zboží, jako jsou skládaná přání do obálky s fotografií (formát 15 × 20 cm), fotokalendáře (20 × 30 cm), magnetky na lednici (velikost kreditky – 85 × 55 mm), fotopexeso pro nejmenší děti (8 párů karet), puzzle s fotografií (velikost, A5, A4, A3) a trička (a další oblečení) s potiskem.

4.4.2 Cena

Při určování ceny byla pro nás hlavním ukazatelem cena konkurence. Dále jsme brali v potaz náklady spojené s fotografickou činností s ohledem na to, aby byl tvořen zisk. Ceník našich služeb je dostupný ve fotoateliéru, kde je také možné si ujasnit požadavky osobně a je umístěn i na našich webových stránkách.

Zde uvádíme tabulky s nabídkou dané služby a ceny.

Tab. 4.2 Ceník svatebních služeb

Svatební balíček	Cena
Základní balíček Svatba	3 500 Kč
Rozšířený balíček Svatba 1	4 700 Kč
Rozšířený balíček Svatba 2	6 500 Kč
Kompletní balíček Svatba	11 500 Kč

V tabulce vidíme, že cena Svatebních balíčků se pohybuje od 3500 Kč až po 11500 Kč, podle toho, co daný balíček obsahuje za služby. Předpokladem je, že focení se zúčastní 1 fotograf, v případě potřeby asistent fotografa. Samozřejmě je možné balíčky upravit individuálně dle potřeb a přání zákazníka.

Tab. 4.3 Doplnkové zboží ke svatbě

Doplnkové zboží Svatba	Cena
Svatební kniha, 1 strana	35 Kč
Videosekvence, 3 minuty	300 Kč

Tato tabulka nám ukazuje ceny u doplňkového zboží ke svatbám. Svatební kniha a videosekvence patří k základním doplňkovým službám ke svatbám, ale je možné dohodnout se na dalších doplňkových službách, např. rozšíření o dárkové předměty s fotkou a podobně.

Tab. 4.4 Ceník portrétních fotografií

Portrétní fotografie	Cena
Fotografování – 1 hodina	850 Kč
Fotografování – každá další hodina	750 Kč
Tištěná fotografie (formát 20 × 30 cm) - 1 kus	120 Kč

Při využití služeb fotografa na více než 1 hodinu pak cena u dalších hodin klesá. Tištěná fotografie je upravená a retušovaná. Všechny fotografie dostane zákazník na CD/DVD. V případě, že fotografování bude probíhat mimo fotoateliér, platí se jednorázový poplatek ve výši 600 Kč a k tomu cena za dopravu ve výši 6 Kč/km.

Tab. 4.5 Focení na tablo

Fotografie na tablo	Cena
Fotografie vyretušovaná, 3ks	220 Kč
Fotografie vyretušovaná + další úpravy, 3 ks	290 Kč
Fotografie skupinová, 1 ks	110 Kč

Fotografie na tablo jsou ve formátu 10 × 15 cm. V tabulce vidíme základní nabídku. Při focení na tablo zákazníci často projeví vlastní požadavky a my se vždy budeme snažit jim maximálně vyhovět.

Tab. 4.6 Pronájem fotoateliéru

Pronájem fotoateliéru	Cena
První hodina pronájmu	200 Kč
Každá další hodina pronájmu	170 Kč
Celodenní pronájem	1000 Kč

Ateliér je možno si také pronajmout k vlastní tvorbě. V ateliéru bude k dispozici vybavení. U pronájmu je vždy přítomen některý ze zaměstnanců společnosti a dohlíží na průběh focení, případně může zákazníkovi pomoci, když si to bude přát.

4.4.3 Propagace

Propagace je důležitou součástí marketingového mixu. Chceme, aby o nás potencionální zákazníci věděli a to pokud možno v co nejlepším slova smyslu. Během několika let si hodláme vybudovat dobré jméno prostřednictvím spokojených zákazníků. To ovšem bude nějakou dobu trvat a proto je důležité při počátku podnikání dát zákazníkům vědět, že jsme tady.

Hlavní formou propagace budou webové stránky. Také o nás budeme zákazníky informovat prostřednictvím profilu na sociální síti facebook. Další formou propagace bude reklama na webu.

Webové stránky

Webové stránky společnosti Fotostudio HappySmile, s.r.o. budou dostupné na adrese <http://happysmile.foto.cz>. Na stránce bude pro zákazníky k dispozici menu s těmito položkami:

- O nás,
- Služby,
- Galerie,
- Ceník,
- Kontakt.

O nás

Informace o tom, kdo jsme - představení fotostudia, fotografů a techniky, kterou využíváme.

Služby

Po rozkliknutí této položky se zákazníkovi zobrazí přehled nabízených služeb fotostudia.

Galerie

Zde budou k nahlédnutí ukázky naší práce. Fotografie budou rozděleny do jednotlivých kategorií – svatby, portréty, školní skupiny, tabla, ostatní.

Ceník

V položce ceník najde zákazník informace o cenách za nabízené služby.

Kontakt

V položce kontakt jsou uvedeny kontaktní informace o společnosti, tedy telefonní číslo, email a adresa společnosti.

Profil na sociální síti facebook

Sociální sítě jsou v dnešní době jedním z nejpoužívanějších komunikačních prostředků mezi lidmi. Právě z tohoto důvodu jsme se rozhodli využít sociální síť facebook jako prostředek propagace naší společnosti. Vytvoření profilu je zdarma, takže na jeho založení nebudou potřeba žádné náklady.

Profil je třeba udržovat aktivním, aby o něj zákazník neztratil zájem. Budeme se snažit několikrát do týdne zveřejňovat ukázky našich fotografií, aktuální informace a momentální akční nabídku a slevy.

Reklama na webu

Nejúčinnější formou propagace prostřednictvím reklamy na webu jsou bannery. Bannery umístíme na různé webové stránky. Také využijeme soucitní síť facebook, kde umístíme svou reklamu.

4.4.4 Distribuce

Distribuce bude probíhat prostřednictvím našeho fotoateliéru. Fotoateliér je v celkové rozloze 80 m². Tvoří ho dvě hlavní místnosti a k dispozici je i WC a malá kuchyňka. Fotoateliér se nachází na Velkém náměstí v Kroměříži. Na náměstí je možné přijet autem, ale parkování je zde placené v ceně 20 Kč/h.

Odběr zboží bude probíhat prostřednictvím osobního odběru ve fotoateliéru nebo zasláním poštou. Při větším objemu zakázky je možné dojednat si osobní doručení. Fotografie budou zákazníkovi předány i na CD/DVD. Pokud by to zákazníkovi nevyhovovalo, můžeme se domluvit na uložení fotografií na některém z úložišť na webu.

Co se týče rychlosti vyřízení zakázky, chceme být rychlejší než konkurence. V tom by mohla být naše konkurenční výhoda. Při menším objemu zakázky se budeme snažit ji vyřídit nejpozději do druhého dne. Při velkém objemu zakázky máme stanovenou maximální dobu vyřízení 7 dní. Naším cílem je vždy zakázku vyřídit co nejrychleji k úplné spokojenosti zákazníka. Komunikace se zákazníkem bude probíhat osobním kontaktem, telefonicky, prostřednictvím emailu nebo je zde možnost objednání prostřednictvím našich webových stránek.

4.5 Analýza trhu

V následující části podnikatelského plánu bude charakterizováno prostředí, které působí na naši společnost. Budou zde charakterizovány faktory, které ovlivňují chod podniku, ekonomické výsledky a také strategii firmy.

4.5.1 Popis trhu

Na společnost působí faktory, které nemůže sama svou činností nijak ovlivnit. Jejich význam určitě není vhodné podceňovat. Mezi tyto faktory patří ekonomické, politické, technologické i socio-kulturní faktory.

Co se týče politických činitelů, významnou změnou je, že k 1. 1. 2014 přestal platit Obchodní zákoník a právní úpravu jednotlivých forem podnikání nyní stanovuje Zákon o obchodních korporacích. Nový Zákon o obchodních korporacích přinesl změny i v právní formě, kterou jsme zvolili, tedy s.r.o. Těchto změn jsme si vědomi a pokládáme je za výhodné pro začínající podnikatele, jako jsme my. K nejpodstatnějším změnám bychom zařadili nejspíše výši základního kapitálu, který je nyní tvořen už od 1 Kč.

Tato změna nejspíše přinese na trh více nových společností, každý teď může založit si podnik bez nutnosti mít podnikání kryto určitou částkou. Nicméně ne každý si je vědom co podnikání obnáší a není tak informován, jako jsme my.

Z ekonomického hlediska je pro nás významným ukazatelem daň z příjmu právnických osob. Ta zůstává stejná jako v posledních několika letech, tedy 19%. Tato hodnota je pro nás důležitá, protože určuje, jak se sníží čistý zisk podniku za účetní období.

Životní úroveň obyvatel určuje, jak se budou měnit jejich výdaje ve prospěch vyšších výdajů na služby. Životní úroveň jako takovou nelze změřit, ale můžeme ji určit pomocí HDP České republiky. Dle ČSÚ hrubý domácí produkt ve Zlínském kraji v posledních třech letech roste. Na základě této skutečnosti můžeme říct, že se zvyšují i průměrné měsíční mzdy.

S růstem mzdy zákazníků můžeme očekávat, že se zvýší jejich výdaje na služby, jaké nabízíme.

Na základě demografických vlivů můžeme říct, že ve městě Kroměříž, kde sídlí naše společnost, je poměrně vysoká urbanizace. Město Kroměříž je atraktivní pro nové obyvatele. Při poptávce po službách se zde sjíždí i obyvatelé okolních vesnic a obcí, jelikož nabídka služeb tam není tak rozvinutá.

Kulturní trendy stále více ovlivňují chování jednotlivců. Pokud to vezmeme z hlediska nabídky našich služeb, tedy fotografických, v dnešní době stále více lidí touží mít nafocené kvalitní fotografie. Zejména mladé dívky, které se chtějí věnovat modelingu, vyhledávají profesionální fotoateliéry. Poptávka po fotografických službách je rostoucí.

Pokud vezmeme v úvahu technologické aspekty, fotografické vybavení prošlo v minulých letech zásadním pokrokem. Stále se vylepšuje vybavenost a funkčnost fotoaparátů a jejich příslušenství, tiskáren i materiálů na fotografie. Naše fotografické vybavení bude kvalitní a na trhu osvědčené.

4.5.2 Konkurence

V okolí našeho nově zakládaného podniku je několik konkurenčních podniků. Z těchto podniků jsou tři, které nabízí podobnou nabídku služeb, proto jsme se rozhodli na ně zaměřit. V následující tabulce jsou základní informace o těchto konkurenčních podnicích.

Tab. 4.7 Konkurenční podniky

Fotoateliér Sklep	Foto Mucha	Fotoateliér Králová
Milíčovo náměstí 526/5 767 01 Kroměříž	Šafaříkova 184/1 767 01 Kroměříž	Vodní 81 767 01 Kroměříž

Fotoateliér Sklep

Tato konkurenční společnost je od nás nejvíce vzdálená, ale přesto ji nehodláme podcenit. Nabídka Fotoateliéru sklep je velmi obdobná jako naše, nabízí portrétní a svatební fotografie, svatební knihy, maturitní foto, fotografie školních skupin i modelingové fotografie.

U svatebních fotografií nabízí 4 možné varianty. První variantou je focení v ateliéru, kde zákazníci dostanou 10 snímků po 3 kusech retušovaných fotografií v celkové ceně 3000 Kč. Druhá varianta nabízí focení svatebního obřadu, kde zákazník platí za každou tištěnou fotografii 65 Kč. Třetí variantou je focení novomanželů mimo ateliér v ceně 1000 Kč, kdy je

každá tištěná fotografie v ceně 150 Kč a minimální počet je 10 ks. Poslední čtvrtou variantou je celodenní fotografování v hodnotě 6 500 Kč a klient dostane 100 ks snímků.

Jejich nabídku hodnotíme kladně, nicméně máme dojem, že naše nabídka je přehlednější, rozdělená do jednotlivých svatebních balíčků dle nabízených služeb.

V nabídce fotoateliéru Sklep je i focení na tablo. Cena za 3 ks fotografií se pohybuje v rozmezí od 120 Kč do 300 Kč. Cena závisí na tom, zda je fotografie vyretušovaná a zda je přidáno virtuální pozadí. Součástí nabízených služeb u maturitního tabla je i řada dárkových předmětů, jako jsou kalendáře, hrníčky, podložky pod myš nebo polštářky.

Jejich internetové stránky jsou poněkud zastaralé a některé odkazy již nefungují, takže k cenám některých služeb jsme nezískali přístup. Celkově mají webové stránky jednoduchý design s černým pozadím a bílým písmem.

Fotoateliér Sklep se nachází v odlehlé části Miličova náměstí. Přístup k němu není příliš dobře vyznačený a ateliér se dá poměrně lehce přehlédnout.

Obr. 4.2 Fotoateliér Sklep



Foto Mucha

Tento fotoateliér je k nám z hlediska vzdálenosti nejbližší, takže by se mohlo na první pohled zdát, že je pro nás největší konkurencí. Nicméně po podrobnějším prozkoumání nabídky služeb toho podniku jsme zjistili, že jejich nabídka není tak rozšířená jako ta naše. Společnost je orientována nejvíce na svatební fotografie a ukázky těchto svatebních fotografií mají k nahlédnutí na svých internetových stránkách. Bohužel ceník služeb nemají k dispozici, takže jsme je nemohli srovnat s našimi cenami.

Jejich webové stránky mají umělecký design, kde na úvodní stránce nejsou popsány jednotlivé položky menu. K dispozici jsou jen obrázky. Tyto stránky jsou nejspíše teprve ve stádiu tvorby, protože pod některými položkami menu ještě není nic k nahlédnutí.

Fotoateliér sídlí v centru města v jedné ze spojovacích uliček mezi dvěma náměstími: Velkým náměstím, kde má sídlo naše firma a Riegrovým náměstím.

Přístup k fotoateliéru je tedy poměrně dobrý. Ateliér je i celkem přehledně označený.

Obr. 4.3 Fotoateliér Mucha



Fotoateliér Králová

Tento fotoateliér je od naší společnosti vzdálený cca 15 minut chůze. Lokace ateliéru ale není tak lukrativní, nachází se mimo centrum města. Jejich nabídka služeb se asi nejvíce podobá té naší. V nabídce je focení svateb, dětí, portréty, tabla i školy.

U svateb je na webových stránkách uvedena cena od 990 Kč, ale není zde dáno, co přesně v této ceně je a ani jaké služby u fotografování svateb nabízí.

Při fotografování na tabla uvádí cenu od 200 Kč. V ceně je fotografování a retuš. Zákazník získá 3 ks fotografie a každá další fotografie je v ceně 16Kč/ks. V ceně není CD s fotkami, pokud si ho zákazník vyžádá, platí extra částku 50 Kč.

Bohužel u většiny nabídky je uvedeno, že o cenách se lze informovat v ateliéru.

Součástí fotoateliéru je i prodejna se zbožím, jako jsou fotopotřeby a fotoknihy. Součástí nabízených služeb v prodejně je i zpracování fotografií, digitální tiskové centrum nebo výroba razítek. Fakt, že k jejich fotoateliéru náleží i prodejna s fotografickým zbožím, bude nejspíš jejich největší konkurenční výhodou.

Webové stránky fotoateliéru jsou poměrně kvalitně zpracované a z těchto tří konkurenčních podniků nabízí nejspíše nejširší nabídku informací. Design stránek je sladěný v tmavších barvách – černé, šedé a tmavě modré.

Obr. 4.4 Fotoateliér Králová



4.6 Zajištění poskytovaných služeb

Služby zákazníkovi budou poskytovány buď v naší provozovně, případně externě. Provozovna se nachází na Velkém náměstí číslo 48/41, kde jsou nám k dispozici veškeré prostory v přízemí. V horních partech budovy se nachází byty. Budova má nejlepší možnou polohu, Velké náměstí je nejfrekventovanější částí Kroměříže. Výhodou je i možná doprava automobilem prakticky až ke vstupu do fotoateliéru. Parkování je sice placené, nicméně míst na parkování je velký počet, takže se zákazník nemusí obávat, že by neměl kam zaparkovat.

Provozovna bude mít danou provozní dobu, ale klient se bude moci kdykoliv spojit s naší společností telefonicky. V následující tabulce je znázorněna provozní doba společnosti.

Tab. 4.8 Provozní doba Fotoateliéru HappySmile, s.r.o.

Den	Provozní doba
Po-Pá:	8:00 – 18:00
So:	9:00 – 13:00
Ne:	Zavřeno

V provozní době bude v provozovně vždy k dispozici některý ze zaměstnanců. Provozní doba se samozřejmě nevztahuje na předem domluvené zakázky, jako jsou například svatby.

Vybavení fotoateliéru

K vybavení fotoateliéru patří dva digitální fotoaparáty – zrcadlovky. Jedním z nich je fotoaparát Canon EOS 700D + 18-135 IS STM, což je 18 Mpx fotoaparát s výměnným objektivem 18-135 se stabilizátorem. K němu bude ještě jako příslušenství přikoupen objektiv

Canon EF 20mm f/2,8 USM. Tento objektiv Canon má ohniskovou vzdálenost 20 mm a světelnost F2,8. Druhým fotoaparátem je Nikon D5200 + 18-55VR hnědý. Nikon D5200 je 24 megapixelová digitální zrcadlovka s výklopným displejem v setu se základním objektivem.

U digitálních zrcadlovek se fotografie ukládají na paměťovou kartu. Společnost bude mít k dispozici paměťovou kartu Sandisk Secure Digital 128GB Extreme Video HD, SDXC 45MB/s, což je paměťová karta typu Secure Digital SDXC s kapacitou 128 GB a rychlostí přenosu 45MB/s. Dále bude zakoupena paměťová karta Sandisk Secure Digital 64GB Ultra class 10 UHS, SDXC. Jedná se o kartu typu Secure Digital SDXC s kapacitou 64 GB a rychlostí přenosu 30MB/s.

Počítač na úpravu a zpracování fotek bude do společnosti vložen společníkem Jiřím Kopalem. Jedná se o Acer Aspire M3985 v černé barvě. K němu bude přikoupen monitor Dell UltraSharp U2412M s LED monitorem, který má 24".

Největší položkou v nákladech bude nepochybně digitální minilab, bez kterého se však neobejdeme. Pro náš fotoateliér jsme vybrali Minilab Fuji Frontier DL 450.

K tisku fotografií bude sloužit také klasická tiskárna, v našem případě Epson STYLUS PHOTO R3000, tedy inkoustová tiskárna, která tiskne fotografie až ve formátu A3.

Fotoateliér bude plně vybaven. Fotografka bude mít k dispozici set zábleskových světel Helios 300C KIT. Jedná se o set studiových záblesků 2 světel 300Ws s příslušenstvím. Dále zde bude reflektor Helios Standard, což je standardní reflektor pro blesky Helios, vhodný pro použití s deštníkem. K tomuto reflektoru bude přikoupen Helios studiový deštník o průměru 60 cm ve stříbrné barvě.

Fotografka bude mít možnost vybrat si při focení z několika studiových pozadí značky Hama, tato pozadí jsou kartonová v rozměru 1,35x11m. Prozatím budou nakoupeny pozadí v bílé, černé, šedé, žluté, červené a modré barvě. Do budoucna je v plánu přikupovat další barvy i materiály.

4.7 Finanční plán

Zpracování finančních požadavků zakládané společnosti je pravděpodobně nejdůležitější součástí podnikatelského plánu. Budou zde popsány náklady a výdaje související se založením firmy a pořízením hmotného majetku. Prokázána bude potenciální životaschopnost podnikání.

4.7.1 Rozpočet na založení společnosti a vklady společníků

Společníci složili počáteční kapitál v celkové výši 400 000 Kč. Tato částka je dána z našetřených úspor obou společníků, nicméně v případě, že částka nebude dostatečná, počítá se s možností vzít si bankovní úvěr.

Oficiálním majitelem prostor společnosti je společník Jiří Kopal, který má k provozovně vlastnické právo.

Nejprve tedy musíme vynaložit peníze na poplatky, které jsou spojené se založením společnosti. Dále musíme brát v úvahu výdaje spojené s vybavením fotoateliéru, fotoaparáty, světla a dalšího potřebného vybavení. Také musíme zajistit schopnost zaplatit náklady spojené s provozem podniku během prvních tří měsíců.

Veškeré výdaje spojené se založením podniku jsou shrnuty v následující tabulce.

Tab. 4.9 Počáteční výdaje společnosti

Položka	Cena
Administrativní výdaje při založení společnosti	11 000 Kč
Vybavení fotoateliéru	
Fotoaparát Canon EOS 700D + objektiv 18-135 IS STM	24 399 Kč
Objektiv Canon EF 20mm f/2,8 USM	12 999 Kč
Fotoaparát Nikon D5200 + objektiv 18-55VR	18 699 Kč
Sandisk Secure Digital 128GB Extreme Video HD	3 999 Kč
Sandisk Secure Digital 64GB Ultra class 10 UHS	1 399 Kč
Počítač Acer Aspire M3985	vlastní
Monitor Dell UltraSharp U2412M	6 190 Kč
Minilab Fuji Frontier DL 450	115 000 Kč
Tiskárna Epson STYLUS PHOTO R3000	18 719 Kč
Světla Helios 300C KIT	699 Kč
Reflektor Helios Standard	699 Kč
Studiový deštník Helios	799 Kč
Kartonové pozadí Hama 6 ks	3 510 Kč
Další výdaje	
Software	6 500 Kč
Doplňkové vybavení fotoateliéru	21 000 Kč
Mobilní telefon	1 500 Kč
Zboží k prodeji	39 500 Kč
Automobil Škoda Fabia	vlastní
Celkem	219 514 Kč

V tabulce tedy vidíme shrnuty počáteční výdaje společnosti, nicméně nesmíme zapomínat ještě na výdaje spojené s propagací podniku a také náklady na provoz podniku na první 3 měsíce.

Tab. 4.10 Výdaje na propagaci

Položka	Cena
Webové stránky	10 000 Kč
Profil na sociální síti	0 Kč
Reklama na webu	10 000 Kč
Vizitky	3 200 Kč
Tabule pro označení firmy	7 800 Kč
Celkem	31 000 Kč

V tabulce je znázorněno, jak budou vypadat výdaje na propagaci fotoateliéru. Nejvýraznější položkou, co se týče ceny, budou výdaje vynaložené na webové stránky. Dražší bude také reklama prostřednictvím webu, ale věříme, že se nám tato investice vyplatí. Nejvýhodnější je propagace založením profilu na facebooku, tato forma propagace nás nebude stát nic. Dalšími výdaji spojenými s propagací jsou peněžní zdroje vynaložené na tisk vizitek společnosti a tabule se jménem společnosti na označení provozovny.

Tab. 4.11 Režijní náklady

Položka	Cena Kč/měsíc
Nájem	6 500 Kč
Energie	2 000 Kč
Voda	1 000 Kč
Plyn	2 500 Kč
Odpad	800 Kč
Internet + telefon	450 Kč
Materiál	7 000 Kč
Provoz automobilu	2 000 Kč
Celkem	22 250 Kč

Materiál zahrnuje náplně a papíry do tiskárny a minilabu. Měsíčně tedy budeme platit režijní náklady v hodnotě 22 250 Kč.

Tab. 4.12 Mzdové náklady

Hrubá mzda	10 350 Kč
Odměna	1 000 Kč
Sociální pojištění (zaměstnavatel)	2 838 Kč
Zdravotní pojištění (zaměstnavatel)	1 022 Kč
Superhrubá mzda	15 210 Kč
Zaokrouhlení zdaňovacího základu	15 300 Kč
Záloha na daň z příjmů	2 295 Kč
Sleva na poplatníka	2 070 Kč
Záloha na daň po slevách	225 Kč
Sociální pojištění (zaměstnanec)	738 Kč
Zdravotní pojištění (zaměstnanec)	511 Kč
Čistá mzda	9876 Kč

Tabulka 4.12 nám ukazuje výpočet čisté mzdy zaměstnance. Sociální pojištění placené zaměstnavatelem je 25% z hrubé mzdy, zdravotní pojištění placené zaměstnavatelem je 9% z hrubé mzdy. Super hrubá mzda je tvořená součtem hrubé mzdy a sociálního a zdravotního pojištění placeného zaměstnavatelem. Záloha na daň z příjmu je 15% ze zaokrouhleného zdaňovacího základu. Sleva na poplatníka je dána částkou 2 070 Kč. Zálohu na daň po slevách vypočítáme odečtením částky slevy na poplatníka od zálohy na daň z příjmů. Sociální pojištění placené zaměstnancem je 6,5% z hrubé mzdy, zdravotní pojištění placené zaměstnancem je 4,5% z hrubé mzdy. Čistá mzda je pak vypočtena tak, že od hrubé mzdy je odečtena záloha na daň po slevách a sociální a zdravotní pojištění placené zaměstnancem.

Ve společnosti budou prozatím zaměstnaní jen Simona Kainerová a Jiří Kopal, kteří budou vykonávat fotografické služby a také další činnosti spojené s provozem podniku. Simona Kainerová bude navíc jako jednatelka obchodně vést společnost a zajišťovat účetnictví. Jiří Kopal bude navíc k práci fotografa vykonávat práci pokladníka. Do budoucna, pokud by si firma vedla dobře, bude zvažováno najmutí asistenta, popř. dalších zaměstnanců.

Tab. 4.13 Provozní náklady

	1 měsíc	3 měsíce
Režijní náklady	22 250 Kč	66 750 Kč
Mzdové náklady	30 420 Kč	91 260 Kč
Celkem	52 670 Kč	158 010 Kč

U mzdových nákladů počítáme se mzdou pro dva zaměstnance – Simonu Kainerovou a Jiřího Kopala.

Tab. 4.14 Startovací kapitál

Položka	Cena
Administrativní výdaje	11 000 Kč
Investiční výdaje	239 514 Kč
Provozní náklady na 3 měsíce	158 010 Kč
Silniční daň	3 000 Kč
Celkem	411 524 Kč

Startovací kapitál je částka, kterou budeme potřebovat na zahájení podnikání. První položkou jsou administrativní výdaje, tzn. poplatky na úřadech a u notáře. Investiční výdaje jsou součtem výdajů na vybavení a zařízení fotoateliéru a výdajů na propagaci ($208\,514 + 31\,000 = 239\,514$ Kč). Provozní náklady na první tři měsíce provozu započítáváme do startovacího kapitálu, protože počítáme s tím, že firma nebude tvořit zisk hned od počátku podnikání. V tabulce 4.11 máme znázorněny provozní náklady na 1 měsíc, výslednou částku jsme tedy vynásobili třemi. Nakonec přičítáme silniční daň, která je v částce 3 000 Kč. Silniční daň je sice 3 000 Kč za rok, ale musíme ji zaplatit hned na začátku, proto ji počítáme do startovacího kapitálu.

Zjistili jsme tedy, že startovací kapitál nutný k zahájení podnikatelské činnosti naší společnosti je 411 524 Kč. Vklady společníků tvoří dohromady částku 400 000 Kč. Rozhodli jsme se proto pro bankovní úvěr ve výši 100 000 Kč.

4.7.2 Bankovní úvěr

Bankovní úvěr jsme se rozhodli vzít si od společnosti Air bank, která nám nabízí roční úrokovou sazbu 10%, při pětiletém úvěru. V následující tabulce jsou uvedeny splátky úvěru a úroku, které jsou hrazeny jednorázově vždy na konci roku.

Tab. 4.15 Splátky úvěru

Rok	0.	1.	2.	3.	4.	5.
Stav úvěru	100 000	80 000	60 000	40 000	20 000	0
Splátka úvěru	0	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Splátka úroku	0	10 000	8 000	6 000	4 000	2 000
Splátka celkem	0	30 000	28 000	26 000	24 000	22 000

4.7.3 Odpisy

Pokud jsme nakoupili hmotný dlouhodobý majetek, jehož vstupní cena přesahuje částku 40 000 Kč, můžeme tento majetek odepisovat. V našem případě to bude minilab.

Metodou odepisování bude rovnoměrné odepisování. Minilab bude řazen do druhé odpisové skupiny. Doba odepisování je stanovena na 5 let.

Tab. 4.16 Odpisy

Položka	Výpočet odpisu	Odpisy	Oprávky	Zůstatková cena
Minilab Fuji				
1. rok	$(115\,000/100) \times 11$	12 650	12 650	102 350 Kč
2. rok	$(115\,000/100) \times 22,25$	25 587,5	38 237,5	76 762,5 Kč
3. rok	$(115\,000/100) \times 22,25$	25 587,5	63 825	51 175 Kč
4. rok	$(115\,000/100) \times 22,25$	25 587,5	89 412,5	25 587,5 Kč
5. rok	$(115\,000/100) \times 22,25$	25 587,5	115 000	0 Kč

4.7.4 Předpokládané příjmy

Příjmy naší společnosti budou pramenit ze čtyř oblastí: fotografické služby, prodej zboží, pronájem ateliéru a tisk fotografií. Při určení předpokládaných příjmů vycházíme z konzultace se známým, který v tomto oboru již delší dobu podniká.

Příjmy z fotografických služeb

Předpokládané příjmy za fotografické služby se budou během roku měnit. Největší příjmy odhadujeme během letních měsíců. V této době se koná nejvíce svateb, také probíhá školní focení a focení na tabla. Nejvíce tedy bude využíváno focení v externích lokacích. Během ostatních měsíců předpokládáme spíše poptávku po našich službách v prostředí fotoateliéru.

Svatby v letních měsících (květen, červen, červenec, srpen) odhaduje na 4 měsíčně, v ceně 11 500 Kč. V červnu a červenci, nejvytíženějších měsících, co se týče svateb, očekáváme ještě navíc 2 svatby za každý měsíc v ceně 6 500 Kč.

U focení portrétů je očekávaná vyrovnaná celoroční poptávka 10 zakázek měsíčně při průměrné délce focení 3 hodiny, tedy za 2 350 Kč.

V měsících březen, duben a květen budou zvýšené příjmy díky focení na tabla. V tomto období očekáváme 2 zakázky za měsíc. Počítáme s průměrným počtem 20 žáků ve třídě, kdy každý z nich zaplatí 220 Kč za 3 fotografie.

Ostatní příjmy z fotografických služeb, které nejsou zahrnuty v předchozích skupinách, odhadujeme na 50 000 Kč ročně.

Příjmy za prodej zboží

Naše firma nabízí široký sortiment doplňkového zboží, jako jsou fotoalba, rámečky na fotografie a dárkové zboží. U dárkového zboží nabízíme zákazníkům přání do obálky s fotografií, fotokalendáře, magnetky na lednici, fotopexeso, puzzle s fotografií a možnost potisku na oblečení. U tohoto zboží předpokládáme odbyt během celého roku, jako dárek k narozeninám a svátkům. Vyšší příjmy pravděpodobně budou během Vánoc a v období Valentýna.

V předpokládaných příjmech za prodej zboží počítáme s prodejem 8 svatebních knih ročně za cenu 1 500 Kč za 1 svatební knihu. U poptávky po videosekvenci se svateb a dalších událostí předpokládáme prodej 5 videosekvencí za rok v ceně 500 Kč za kus.

U dalšího dárkového zboží počítáme s příjmem průměrně 9 000 Kč měsíčně.

Příjmy z pronájmu ateliéru

U možnosti pronájmu ateliéru bude poptávka nejspíše v průběhu roku bez větších výkyvů. Zájem bude nejvíce u mladých začínajících fotografů, kteří ještě nemají své vlastní prostory, ale v budoucnu se hodlají fotografování věnovat profesionálně.

Za pronájem ateliéru předpokládáme příjmy průměrně 4krát za měsíc za 3 hodiny pronájmu v ceně 540 Kč za tyto 3 hodiny.

Příjmy za tisknutí fotografií

Sem řadíme příjmy plynoucí z tisku a úprav fotografií. Zde se předpokládá rostoucí poptávka, jak se naše firma bude postupně dostávat na trh a do podvědomí lidí, budou i více vyhledávat služby našeho fotoateliéru.

Tyto příjmy souvisí s příjmy z fotografických služeb, podle počtu zakázek na focení se odvozují příjmy za tisk fotografií z tohoto focení. To znamená vyšší příjmy v letních měsících (svatby, tabla). Průměrný měsíční příjem z tisku očekáváme v hodnotě 8 000 Kč.

V následující tabulce jsou zobrazeny příjmy během prvních pěti let podnikání. Očekáváme zvyšování příjmů v jednotlivých letech, jak je v tabulce zřejmé.

Tab. 4.17 Plánované příjmy

Plánované příjmy	2014	2015	2016	2017	2018
Příjmy z fotografování	456 650 Kč	462 650 Kč	465 000 Kč	476 520 Kč	505 250 Kč
Příjmy z prodeje zboží	122 500 Kč	124 850 Kč	128 250 Kč	135 200 Kč	148 240 Kč
Příjmy z pronájmu	25 920 Kč	26 900 Kč	27 850 Kč	29 250 Kč	32 580 Kč
Příjmy z tisku	96 000 Kč	98 950 Kč	99 500 Kč	108 859 Kč	130 550 Kč
Celkem	701 070 Kč	713 350 Kč	720 600 Kč	749 829 Kč	816 620 Kč

4.7.5 Předpokládané výdaje

Výdaje pro chod naší společnosti tvoří zejména výdaje provozní. Sem řadíme platby za energii, plyn a vodu, výdaje na propagaci fotoateliéru, nákup materiálu do fotoateliéru (zejména do tiskárny a minilabu), hrazení poplatků za telefon a internet, mzdové náklady, splátky bankovního úvěru a další náklady. Všechny tyto výdaje jsou seřazeny v tabulce č. 4.18 v plánu na prvních pět let provozu společnosti (2014 – 2018).

Tab. 4.18 Předpokládané výdaje

Plánované výdaje	2014	2015	2016	2017	2018
Nájem	78 000 Kč	78 000 Kč	78 000 Kč	78 000 Kč	78 000 Kč
Energie	24 000 Kč	24 000 Kč	24 000 Kč	24 000 Kč	24 000 Kč
Voda	12 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč	12 000 Kč
Plyn	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč
Propagace	31 000 Kč	15 000 Kč	12 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Materiál	84 000 Kč	89 400 Kč	86 500 Kč	90 200 Kč	89 000 Kč
Telefon, internet	5 400 Kč	5 400 Kč	5 400 Kč	5 400 Kč	5 400 Kč
Mzdy	365 040 Kč	377 500 Kč	395 000 Kč	400 200 Kč	410 250 Kč
Úroky (z úvěru)	10 000 Kč	8 000 Kč	6 000 Kč	4 000 Kč	2 000 Kč
Odpad	9 600 Kč	9 600 Kč	9 600 Kč	9 600 Kč	9 600 Kč
Silniční daň	3 000 Kč	3 000 Kč	3 000 Kč	3 000 Kč	3 000 Kč
Provoz automobilu	24 000 Kč	24 000 Kč	24 000 Kč	24 000 Kč	24 000 Kč
Celkem	676 040 Kč	675 900 Kč	685 500 Kč	690 400 Kč	697 250 Kč

4.7.6 Cash flow

Výraz cash flow vyjadřuje peněžní toky. Každý začínající, ale i zkušený podnikatel, musí mít přehled o stavu jeho peněžních prostředků. Výkaz peněžních toků nám ukazuje, jak velké množství peněz společnost skutečně vytvořila. Vyjadřuje, jak se změnil peněžní prostředky a peněžní ekvivalenty za dané sledované období. Sestavené cash flow se týká prvních pěti let podnikání. Jeho průběh je zobrazen v tabulce 4.19.

Tab. 4.19 Cash flow

Cash flow	2014	2015	2016	2017	2018
PSPP	500 000 Kč	257 166 Kč	292 204 Kč	326 892 Kč	387 909 Kč
Celkové příjmy	701 070 Kč	713 350 Kč	720 600 Kč	749 829 Kč	816 620 Kč
Investiční výdaje	239 514 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Administrativní výdaje	11 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Splátka úvěru + úrok	30 000 Kč	28 000 Kč	26 000 Kč	24 000 Kč	22 000 Kč
Provozní výdaje	676 040 Kč	675 900 Kč	685 500 Kč	690 400 Kč	697 250 Kč
Celkové výdaje	956 554 Kč	703 900 Kč	711 500 Kč	714 400 Kč	719 250 Kč
Odpisy	12 650 Kč	25 588 Kč	25 588 Kč	25 588 Kč	25 588 Kč
CF	- 242 834 Kč	35 038 Kč	34 688 Kč	61 017 Kč	122 958 Kč
KSPP	257 166 Kč	292 204 Kč	326 892 Kč	387 909 Kč	510 867 Kč

Cash flow bylo tvořeno přímou metodou. Postup výpočtu: od celkových příjmů odečteme celkové výdaje a přičteme odpisy, tak získáme přehled o peněžních tocích. Výsledné cash flow přičteme k počátečnímu stavu peněžních prostředků (PS PP) a zjistíme konečný stav peněžních prostředků (KS PP).

Z tabulky je zřejmé, že v prvním roce vychází záporně. S touto skutečností jsme počítali, je to pochopitelné, vzhledem k velkým vynaloženým investičním a administrativním výdajům, neodmyslitelně spojeným se zahájením podnikání. Důležité je, že KS PP vychází kladně.

V dalších letech už sledujeme kladné hodnoty cash flow. Předpokládané peněžní toky naší společnosti zobrazené v tabulce hodnotíme velmi kladně.

4.8 Rizika podnikání

Každá začínající (ale i zkušená) společnost čelí možným rizikům a naše firma tedy není výjimkou. Tyto rizika je dobré analyzovat, tzn. zjistit, jaké hrozby na společnost působí, jaká je pravděpodobnost jejich výskytu a jak se proti těmto hrozbám opatřit. Tyto skutečnosti jsou shrnuty v tabulce 4.20.

Tab. 4.20 Analýza rizik

Riziko	Pravděpodobnost hrozby	Opatření
Selhání softwaru	30%	Pravidelná aktualizace, kontrola
Selhání hardwaru	30%	Pravidelná kontrola
Selhání komunikačních prostředků	30%	Kontrola komunikačních prostředků
Nedostatek zakázek	40%	Úprava marketingového mixu
Špatně pochopené požadavky zákazníka	25%	Komunikace se zákazníkem
Nedodržení harmonogramu	20%	Průběžná kontrola
Konkurence	50%	Lepší a kvalitnější služby
Krádež	15%	Pojištění
Povodeň	15%	Pojištění, Zajištění protipovodňových opatření

Jedním z nejčastějších rizik každého podniku je selhání techniky, ať už se jedná o software, hardware nebo komunikační prostředky. Těmto rizikům můžeme předejít pravidelnou kontrolou a aktualizacemi. Také musíme mít záložní techniku.

Pokud by se stalo, že bychom měli nedostatek zakázek, upravili bychom náš marketingový mix a marketingové strategie.

Proti konkurenci budeme bojovat lepšími a kvalitnějšími službami. Pokud bude třeba, budeme náš produkt diferencovat. Všechny požadavky a přání zákazníka se mu budeme snažit splnit. Budeme se řídit starým dobrým heslem: náš zákazník, náš pán.

Abychom se vyvarovali špatnému pochopení požadavků zákazníka, budeme s ním maximálně komunikovat. Pravidelnou kontrolou harmonogramu se budeme snažit předejít nedodrženým termínům. Možnosti krádeže a povodně předcházíme vhodným pojištěním.

5 Závěr

Založení vlastního podniku není jednoduchou záležitostí. Existuje mnoho faktorů, které na podnikatele a jeho podnik působí a ovlivňují ho. Některé z těchto faktorů může podnikatel usměrnit svým chováním. Některé z nich však nejsou vůbec v jeho režii. Proto by si měl každý začínající podnikatel před zahájením podnikání ujasnit, zda se mu i přes všechna tato rizika podnikání vyplatí a zda do toho opravdu chce jít.

Tato práce se nejprve věnovala teoretickým východiskům. Byly zde definovány základní pojmy, jako je podnikatel, podnikání, podnik nebo podnikavost. Dále byly zhodnoceny malé a střední podniky, jejich význam, omezení a možná podpora v rámci České republiky. Byly určeny potenciální bariéry podnikatele. Další část popisuje náležitosti podnikatelského plánu, jaký je jeho smysl a účel, jeho struktura a také zásady tvorby úspěšného podnikatelského plánu. Potom se práce věnovala jednotlivým právním formám podnikání a jejich charakteristikám. Tyto právní formy byly srovnány a došlo k výběru právní formy pro zakládanou společnost.

Touto vybranou formou se stala společnost s ručením omezeným. To už přecházíme z části teoretické do praktické části práce. Zakládaná společnost nese název Fotoateliér HappySmile, s.r.o. Společnost se věnuje fotografickým službám. Zakládaná firma je v práci charakterizována a je popsán postup založení společnosti se všemi administrativními náležitostmi a jejich časovou návazností.

Další část obsahuje vypracování podnikatelského plánu pro zakládanou společnost. Nejprve jsou zmíněny základní informace o společnosti, o koho se jedná a čemu se společnost věnuje. Činností firmy jsou fotografické služby. Pak je nastíněna organizační struktura společnosti. Za založením společnosti stojí dva společníci, Simona Kainerová a Jiří Kopal. Simona Kainerová je také jednatelem společnosti. Popisuje se i náplň práce a funkce obou společníků. Oba dva pracují ve společnosti jako fotografové.

Další část se věnuje marketingovému mixu zakládané společnosti. Ukazuje se zde nabídka služeb a produktů podniku a jejich cena. Nastiňuje, jak bude probíhat propagace společnosti. Dále podnikatelský plán analyzuje trh, na kterém společnost bude pracovat, zejména pak působení konkurence. Nejspíše nejdůležitější částí podnikatelského plánu z hlediska určení jeho životaschopnosti je finanční plán.

Cílem práce bylo zjistit, zda je společnost schopna na trhu uspět, a zda bude mít v prvním roce podnikání příjmy ve výši 500 000 Kč. Finanční plán podnikatelského plánu dokazuje, že firma by na trhu uspěla a že by splnila i předpokládané příjmy v prvním roce.

Cash flow v prvním roce je sice záporné, ale s tím zakladatelé společnosti počítali. V dalších letech podnikání už by firma vykazovala zisk.

Nakonec byly analyzovány možné rizika podnikání a jejich pravděpodobnost vyskytnutí. Byly definovány opatření, jak těmto rizikům předejít a eliminovat je.

Sestavení podnikatelského plánu je náročnou záležitostí, nicméně bez něj se začínající podnikatel bude na trhu těžko orientovat.

Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje

- [1] CLARK, Gordon. *Business start up and future planning*. Brighton: Emerald publishing, 2010. 121 s. ISBN 9781847161437.
- [2] FOLVARČNÁ, Andrea. *Malé a střední podnikání*. Ostrava: Vysoká škola podnikání, 2005. 101 s. ISBN 80-86764-40-0.
- [3] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [4] JÁČ, Ivan a kol. *Inovace v malém a středním podnikání*. Brno: Computer press, 2005. 174 s. ISBN 80-251-0853-8.
- [5] KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti*. Brno: Computer press, 2005. 252 s. ISBN 80-251-0592-X.
- [6] MIKUŠOVÁ, Marie. *Manager malé a střední firmy*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2002. 286 s. ISBN 80-248-0099-3.
- [7] MIKUŠOVÁ, Marie. *Podnikání v praxi: praktický průvodce pro podnikatele*. Ostrava: Arnet On Line, 2004. 191s. ISBN 80-239-3195-4.
- [8] NÝVLTOVÁ, Romana a Pavel MARINIČ. *Finanční řízení podniku*. Praha: Grada, 2010. 242 s. ISBN 978-80-247-3158-2.
- [9] SRPOVÁ, Jitka a kol. *Podnikatelský plán*. Praha: Oeconomica, 2007. 242s. ISBN 978-80-245-1263-1.
- [10] SRPOVÁ, Jitka a Václav Řehoř a kol. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. 242 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [11] STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Praha: C. H. Beck, 2007. 199s. ISBN 978-0-7179-926-9.
- [12] SYNEK, Miloslav a kol. *Podniková ekonomika*. 4. vyd. Praha: C. H. Beck., 2006. 456 s. ISBN 80-7179-892-4.
- [13] ŠTENGLOVÁ, Ivana a Miroslava BARTOŠÍKOVÁ. *Společnost s ručením omezeným*. Praha: C. H. Beck, 2006. 660s. ISBN 80-7179-441-4.
- [13] VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada, 2008. 310 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [14] VOJÍK, Vladimír. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3.

- [15] Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v aktuálním znění.
- [16] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v aktuálním znění.
- [17] Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, v aktuálním znění.

Internetové zdroje

- [18] MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Operační program Podnikání a inovace 2007 - 2013 (OPPI)* [online]. MPO [12. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument148346.html>
- [19] MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Program pro konkurenceschopnost podniků a malých a středních podniků 2014-2020 (COSME)* [online]. MPO [12. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument146656.html>
- [20] MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ. *Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost 2007-2013* [online]. MPSV [12. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/6018>
- [21] MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *OP Výzkum, vývoj a vzdělávání období 2014-2020* [online]. MSMT [12. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/op-vvv>
- [22] MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *Strukturální fondy* [online]. MSMT [12. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy>
- [23] NOVÝ OBČANSKÝ ZÁKONÍK. *Zákon o obchodních korporacích* [online]. JUSTICE [28. 3. 2014]. Dostupné z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/obchodni-korporace/konkretni-zmeny/spolecnost-s-rucenim-omezenym/>

Seznam zkratk

a.s.	Akciová společnost
CD	CD disk
č.	číslo
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DIČ	daňové identifikační číslo
DVD	DVD disk
FO	fyzická osoba
ERDF	Evropský fond pro sociální rozvoj
EU	Evropská Unie
HDP	hrubý domácí produkt
IČ	identifikační číslo
ISO	International Standard Organisation
kol.	kolektiv
k.s.	komanditní společnost
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	malé a střední podniky
OECD	Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
PO	právnícká osoba
sb.	sbírka
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
v.o.s.	veřejná obchodní společnost

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 9.5.2014

.....Kainerová.....

Simona Kainerová

Seznam příloh

- Příloha č. 1 Společenská smlouva
- Příloha č. 2 Čestné prohlášení jednatele
- Příloha č. 3 Prohlášení o vyslovení souhlasu s umístěním sídla
- Příloha č. 4 Prohlášení správce vkladu
- Příloha č. 5 Návrh na zápis do obchodního rejstříku
- Příloha č. 6 Jednotný registrační formulář
- Příloha č. 7 Přihláška k registraci pro právnické osoby

Příloha č. 1

SPOLEČENSKÁ SMLOUVA

O založení společnosti s ručením omezeným Fotoateliér HappySmile s.r.o.

uzavřena mezi:

(1) Simona Kainerová r.č. 925302/4202, bytem Kostelní 528, Kroměříž 767 01

(2) Jiří Kopal r.č. 850605/5201, bytem Družba 1250, Kroměříž 767 01

(Dále jen jako „Společníci“)

1 FIRMA A SÍDLO

1.1 Společníci se dohodli na založení společnosti s ručením omezeným.

1.2 Společnost vzniká dnem, ke kterému bude zapsána do obchodního rejstříku.

1.3 Obchodní firma společnosti zní: Fotoateliér HappySmile, s.r.o. (Dále jen „Společnost“)

1.4 Sídlem společnosti je Kroměříž.

2 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

Předmětem podnikání společnosti jsou fotografické služby.

3 TRVÁNÍ SPOLEČNOSTI

Společnost se zakládá na dobu neurčitou.

4 ZÁKLADNÍ KAPITÁL

4.1 Základní kapitál společnosti činí při jejím založení 400 000 Kč.

(1) Vklad Simony Kainerové činí 200 000 Kč.

(2) Vklad Jiřího Kopala činí 200 000 Kč.

4.2 Společníci se zavazují splatit 100% svých vkladů do 30 dnů od podpisu této společenské smlouvy na účet Společnosti, který založí Správce vkladu ustanovený podle tohoto článku smlouvy bez zbytečného odkladu po podpisu společenské smlouvy u pobočky Air bank v Kroměříži.

4.3 Společník, který nesplatí předepsanou hodnotu svého peněžitého vkladu ve stanovené lhůtě, je povinen platit úrok z prodlení ve výši 20% z nesplacené částky. Je-li společník se

splacením svého vkladu v prodlení, může ho Společnost pod pohrůžkou vyloučení vyzvat, aby svoji povinnost splnil ve lhůtě 3 měsíců. Společník, který nesplní svou povinnost ani v této dostatečné lhůtě, může být valnou hromadou ze Společnosti vyloučen.

4.4 Správcem vkladu se tímto ustanovuje Jiří Kopal r.č. 850605/5201, bytem Družba 1250, Kroměříž 767 01

4.5 Obchodní podíl lze převést na jinou osobu.

5 ORGÁNY SPOLEČNOSTI

5.1 Orgány společnosti jsou

- 1) valná hromada
- 2) jednatel

6 VALNÁ HROMADA

6.1 Působnost valné hromady upravuje Zákon o obchodních korporacích.

6.2 Valná hromada si může vyhradit rozhodování věcí, které jinak náleží do působnosti jiných orgánů společnosti.

6.3 Každý společník má jeden hlas na každých 1000 Kč svého vkladu.

6.4 Valná hromada je schopná usnášení, jsou-li na ni přítomni společníci, kteří mají aspoň polovinu hlasů. Valná hromada rozhoduje prostou většinou hlasů, nestanoví-li právní předpisy jinak.

7 JEDNATEL

7.1 Jednatel Společnosti se při založení ustanovuje Simona Kainerová, která jedná jménem Společnosti samostatně.

7.2 Jednatel je povinen zajistit řádné obchodní vedení Společnosti, vedení předepsané evidence Společnosti a jejího účetnictví. Jednatel je povinen vést seznam společníků, svolávat valnou hromadu a připravovat její program a informovat Společníky o záležitostech Společnosti.

7.3 Jednatele jmenuje valná hromada na dobu dvou let, jednatel může být jmenován i opakovaně, a to bez omezení.

8 REZERVNÍ FOND

Společnost vytváří rezervní fond ve výši 10% základního kapitálu. Způsob vytváření a použití rezervního fondu stanoví Zákon o obchodních korporacích.

9 ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

9.1 Ke změně obsahu této společenské smlouvy je třeba souhlasu všech společníků, nestanoví-li zákon jinak.

9.2 Práva a závazky smluvních stran podle této Smlouvy se řídí právem České republiky.

9.3 Tato smlouva se vyhotovuje ve čtyřech vyhotoveních, po jednom vyhotovení obdrží každý Společník, dvě vyhotovení se přiloží k návrhu na zápis Společnosti do obchodního rejstříku.

9.4 Po přečtení této Smlouvy smluvní strany potvrzují, že její obsah, prohlášení, práva a závazky v ní uvedené odpovídají jejich pravdivé, vážné a svobodné vůli a že tato Smlouva byla uzavřena na základě vzájemné dohody, nikoli ve stavu tísně za nápadně nevýhodných podmínek. Na důkaz toho smluvní strany připojily k této Smlouvě vlastnoruční podpisy.

V Kroměříži dne.....

V Kroměříži dne.....

Podpis:

Podpis:

Jméno:

Jméno:

Příloha č. 2

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ JEDNATELE A PODPISOVÝ VZOR

Prohlašuji, že souhlasím se svým ustavením do funkce jednatele obchodní společnosti Fotoateliér HappySmile, s.r.o. se sídlem Velké náměstí 48/41, Kroměříž PSČ 767 01 identifikační číslo: 5896855214.

Prohlašuji, že souhlasím s převzetím povinností v rozsahu stanoveném příslušnými ustanoveními Zákonu o obchodních korporacích a společenské smlouvy o založení společnosti.

Prohlašuji, že splňuji všeobecné podmínky provozování živnosti podle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v jeho platném znění, a že u mne není dána překážka provozování živnosti stanovená tímto zákonem bez ohledu na předmět podnikání společnosti. Je mi více než 18 let, mám způsobilost k právním úkonům, jsem bezúhonný a nemám vůči územním finančním orgánům státu daňové nedoplatky. Čestně prohlašuji, že u mne nejsou dány překážky provozování živnosti, což znamená, že na můj majetek nebyl prohlášen nebo ukončen konkurz ani nucené vyrovnání a že mi soudem nebo správním orgánem nebyl uložen zákaz činnosti, týkající se živnosti, která je předmětem podnikání obchodní společnosti, již jsem statutárním orgánem.

Jsem si vědom, že úmyslné uvedení nepravdivých údajů v tomto čestném prohlášení bude posuzováno jako přestupek, popř. jako trestný čin.

Toto čestné prohlášení s úředně ověřeným podpisem současně představuje vzor mého podpisu, kterým budu jako statutární orgán za společnost podepisovat.

V Kroměříži dne:

Podpis:

Příloha č. 3

PROHLÁŠENÍ
o vyslovení souhlasu s umístěním sídla

Jiří Kopal připojením vlastnoručního podpisu pod tuto listinu jako vlastník prostor č. 41 v budově číslo popisné 48 na adrese Velké náměstí 48/41, Kroměříž, 767 01, vše zapsáno v katastru nemovitostí na LV č. 8013 pro Krajský úřad ve Zlíně.

vyslovuje souhlas s umístěním sídla podnikání pro:

společnost Fotoateliér HappySmile, s.r.o., v objektu Velké Náměstí 48/41, Kroměříž, 767 01
a to na dobu neurčitou.

V Kroměříži dne.....

.....

Jiří Kopal

Příloha č. 4

**PROHLÁŠENÍ SPRÁVCE VKLADU
o splacení vkladu společníky**

Správce základního jmění (vkladu) společnosti:

Jiří Kopal

bytem Družba 1250 Kroměříž, 767 01

r.č. 850605/5201,

Prohlašuji, že základní jmění společnosti

Fotoateliér HappySmile s.r.o.

Velké náměstí 48/41

Kroměříž, 767 01

bylo splaceno společníky v plné výši dle společenské smlouvy.

Splacené vklady:

Společník	Podíl	Splacený podíl	Splaceno
Simona Kainerová	200 000 Kč	200 000 Kč	100%
Jiří Kopal	200 000 Kč	200 000 Kč	100%
Celkem	400 000 Kč	400 000 Kč	100%

Základní jmění společnosti bylo složeno v peněžité formě a bylo uloženo u správce vkladu/bankovního ústavu:

Jako prokazatelný důkaz o této skutečnosti přikládám potvrzení správce banky o složení této peněžité částky.

V Kroměříží dne:.....

.....

Jiří Kopal

Návrh na zápis nebo zápis změny zapsaných údajů do obchodního rejstříku

I. REJSTŘÍKOVÝ SOUD

1 Adresa rejstříkového soudu

Krajský/městský soud v	Břeň
Ulice	HUSOVA
Číslo domu	353/15
PSČ	601 95

Místo pro nalepení kolkových známek

II. NAVRHOVATEL

2 Jméno a příjmení nebo Obchodní firma či název + IČ	3 Adresa bydliště nebo sídla			
	Obec a u zahraničních osob i stát	Ulice	Číslo domu	PSČ
SIMONA KAINEROVA	KROMERIZ	KOSTELNÍ	528	767 01
JIRÍ KOPAL	KROMERIZ	DRUŽBA	1250	767 01

(a)

Strana návrhu

III.
SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM – údaje o společnosti, již se návrh týká

4 Obchodní firma	FOTOATELIER HAPPYSMILE		
5 Adresa sídla	VELKÉ NÁMĚSTÍ 48/41, KROMĚŘÍŽ 767 01		
6 Identifikační číslo	589685214	Kód ID RZP	5243821
7 Rejstříkový soud	BRNO		
8 Spisová značka	Oddíl	Vložka	
9 Požadovaná akce			
<input checked="" type="checkbox"/> prvozápis <input type="checkbox"/> změna <input type="checkbox"/> změna právní formy <input type="checkbox"/> rozdělení <input type="checkbox"/> fúze <input type="checkbox"/> převod jmění			

IV.
NÁVRH NA ZÁPIS
Navrhuji zapsat do obchodního rejstříku tyto zapisované údaje nebo jejich změnu či výmaz:

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
10 Obchodní firma	FOTOATELIER, HAPPYSMILE, s.r.o.	Zapsat ke dni: <input type="text"/>
11 Cizojazyčný název		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
12 Adresa sídla		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
Obec	KROMĚŘÍŽ	
Část obce		
Ulice	VELKÉ NÁMĚSTÍ	
Číslo domu	48/41	
PSČ	767 01	
Stát		
13 Identifikační číslo		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
Právní forma	Společnost s ručením omezeným	
14 Doplňující text za právní formu		Zapsat ke dni: <input type="text"/>

(b)

Strana návrhu

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
15 Předměty podnikání		Zapsat ke dni: <input type="text"/>
	FOTOGRAFICKÉ SLUŽBY	
16 Předměty činnosti		Zapsat ke dni: <input type="text"/>

(c)

Strana návrhu

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Statutární orgán		
17 Jednatel – fyzická osoba „A“		Zapsat ke dni:
Funkce		
Titul		
Jméno	SIHONA	
Příjmení	KAINEROVA	
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození	925302/4202	
18 Adresa bydliště		
Obec	KROTERIZ	
Část obce		
Ulice	KOSTELNÍ	
Číslo domu	528	
PSC	767 01	
Stát	CR	
19 Den vzniku funkce	DEN ZÁPISU DO OR	
20 Den zániku funkce		
21 Doplnující text		

17 Jednatel – fyzická osoba „B“		Zapsat ke dni:
Funkce		
Titul		
Jméno		
Příjmení		
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození		
18 Adresa bydliště		
Obec		
Část obce		
Ulice		
Číslo domu		
PSC		
Stát		
19 Den vzniku funkce		
20 Den zániku funkce		
21 Doplnující text		

(d)

Strana návrhu

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Společníci		
39 Společník - fyzická osoba	Zapsat ke dni: <input type="text"/>	
Titul		
Jméno	SIMONA	
Příjmení	KAINEROVA	
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození	925302/4202	
40 Adresa bydliště		
Obec	KROMERIZ	
Část obce		
Ulice	KOSTELNI	
Číslo domu	258	
PSC	767 01	
Stát	CR	
41 Výše vkladu	200 000 Kč	
42 Rozsah splacení	100 %	
43 Výše obchodního podílu	50 %	
44 Zástavní právo k obchodnímu podílu		
45 Doplňující text		

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Společníci		
39 Společník - fyzická osoba	Zapsat ke dni: <input type="text"/>	
Titul		
Jméno	JIRÍ	
Příjmení	KOPAL	
Titul za jménem		
Rodné číslo nebo datum narození	850605/5201	
40 Adresa bydliště		
Obec	KROMERÍŽ	
Část obce		
Ulice	DRUŽBA	
Číslo domu	1250	
PSC	767 01	
Stát	ČR	
41 Výše vkladu	200 000 Kč	
42 Rozsah splacení	100%	
43 Výše obchodního podílu	50%	
44 Zástavní právo k obchodnímu podílu		
45 Doplňující text		

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Základní kapitál		Zapsat ke dni:
68 Základní kapitál	400 000 Kč	
69 Rozsah splacení základního kapitálu		
70 Doplnující text k základnímu kapitálu		

(p)

Strana návrhu

**V.
PŘÍLOHY**

Výše uvedený návrh dokládám následujícími listinami

Pořadové číslo	Předkládaná listina	Počet vyhotovení
1.	SPOLEČENSKÁ SMLOUVA	1x
2.	PROHLAŠENÍ SPRÁVCE VKLADU	1x
3.	ŽIVNOSTENSKÉ OPRAVNĚNÍ	1x
4.	SOUHLAS VLASTNÍKA PROSTOR S UMÍSTĚNÍM SÍDLA	1x
5.	ČESTNÉ PROHLAŠENÍ JEDNATELE	1x
6.	VÝPIS Z REGISTRIKU TRESTŮ JEDNATELE	1x

(s)

Strana návrhu

**VI.
DATUM PROVEDENÍ ZÁPISU**

<input type="checkbox"/>	Žádám, aby všechny výše uvedené skutečnosti byly zapsány do rejstříku v zákonem stanovené lhůtě
<input type="checkbox"/>	Všechny výše uvedené skutečnosti žádám zapsat do obchodního rejstříku ke dni:

**VII.
ZÁVĚREČNÁ ČÁST**

Na základě výše vyplněného formuláře a příloh k němu přiložených podávám návrh na zápis těchto skutečností do obchodního rejstříku.

Tento návrh podává navrhovatel

Jméno a příjmení navrhovatele	Vlastnoruční podpis	Úřední ověření pravosti podpisu
SIMONA KAINEROVA	Kainerova	

Tento návrh podává zástupce navrhovatele

Jméno, příjmení a rodné číslo (u cizince datum narození) zástupce navrhovatele	Vlastnoruční podpis	Údaj o zástupci *)	Úřední ověření pravosti podpisu


*) uvede se: advokát, notář, obecný zmocněnec a další dle §21 občanského soudního řádu

V KROHEŘI dne 8.11.2013

(t)

Strana návrhu

Příloha č. 6

 <p>CRM CENTRÁLNÍ REGISTRAČNÍ MÍSTO</p>	<p>JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ</p> <p>PŘÁVNICKÁ OSOBA</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin: 0 auto; width: 100%;"></div> <p>podací razítko</p>
---	--	---

ČÁST A - PODNIKATEL

01 Podnikatel

a) obchodní firma / název právnické osoby ¹⁾	c) identifikační číslo
FOTOATELIER, HAPPYSMILE, S.R.O.	
b) právní forma	
S.R.O.	

02 Sídlo

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
VELKÉ NÁMĚSTÍ	48	41	767 01
e) název obce	f) část obce		
KROMĚŘÍZ			
g) okres	h) stát		
KROMĚŘÍZ	ČR		

**03 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)
- ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašují živnost resp. žádám o koncesi**

pořadové číslo 1.	FOTOGRAFICKÉ SLUŽBY
-------------------	---------------------

04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
	SIMONA	KAINEROVA	
e) datum narození	f) rodné číslo		
02.10.31.9.92	9.2.5.3.0.2142.0.2		

05 Bydliště / pobyt ²⁾ člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
KOSTELNÍ	528		767 01
e) název obce	f) část obce		
KROMĚŘÍZ			
g) okres	h) stát		
KROMĚŘÍZ	ČR		

06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) datum narození	f) rodné číslo		

07 Bydliště / pobyt ²⁾ člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

08 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
	SIMONA	KAINEROVA	
e) státní občanství	f) rodné příjmení	g) datum narození	h) rodné číslo
ČR		02.10.31.9.92	9.2.5.3.0.2142.0.2
i) místo narození	j) okres	k) stát	l) pohlaví ³⁾
KROMĚŘÍZ	KROMĚŘÍZ	ČR	žena / muž

¹⁾ vyplní se pouze u fyzické osoby, která nemá přiděleno rodné číslo

09 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice KOSTELNÍ	b) č.p. / č.ev. 528	c) číslo orientační	d) PSČ 767 01
e) název obce KROMERÍŽ	f) část obce		
g) okres KROMERÍŽ	h) stát CZ		

10 Pobyť odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice		b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		g) okres	

11 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce

1.7 | 0.4 | 2.0 | 1.3

12 Ustanovení odpovědného zástupce pro předměty podnikání
(pořadové číslo předmětu podnikání)

[illegible]

13 Provozovna

a) název ulice VELKE 'NAMESTI'		b) č.p. / č.ev. 48		c) číslo orientační 41		d) PSČ 7.6.7.0.1	
e) název obce KROMERIZ		f) část obce		g) okres KROMERIZ			
h) název provozovny FOTOATELIER HAPPY SMILE				i) umístění provozovny			
j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně				k) provozovna podléhající kolaudaci		ANO / NE	
l) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u živnosti volné číslo oboru		1/68		/		/	

ČÁST B - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

- oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti volné pracovní místo / obsazení volného pracovního místa? ÚP v			
a) místo výkonu práce	b) název profese	c) dle KZAM	d) vznik / obsazenost? ke dni
e) pracovní právní vztah na dobu určitou / neurčitou ?	f) pracovní doba	g) počet míst	h) výše mzdy
i) požadované vzdělání, praxe			j) zveřejňovat ANO / NE?
k) kontaktní osoba na pracovišti		l) poznámky: nabízené výhody, speciální požadavky apod.	

ČÁST C - VYBERTE ÚŘADY, VŮČI KTERÝM JE PODÁNÍ ČINĚNO

a) Živnostenský úřad	<input checked="" type="checkbox"/>	počet příloh	7	b) Finanční úřad	<input type="checkbox"/>	počet příloh		c) Úřad práce	<input type="checkbox"/>	počet příloh	
----------------------	-------------------------------------	--------------	---	------------------	--------------------------	--------------	--	---------------	--------------------------	--------------	--

ČÁST D – ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

a) název ulice		b) č.p. / č.ev.		c) číslo orientační		d) PSČ		
e) název obce			f) část obce			g) okres		
h) adresu použít i pro následující řízení		ANO / NE?						

ČÁST E – DOPLŇUJÍCÍ ÚDAJE

a) telefon	737 108 635	b) datová schránka	c) e-mail
------------	-------------	--------------------	-----------

jméno podatele <i>SIMONA</i>		příjmení podatele <i>KAINEROVA</i>		<i>Kainerova</i> vlastnoruční podpis
vztah k právnické osobě <i>JEDNATEL</i>				
v <i>KROUMEROV</i>		dne <i>1. 11 2013</i>		

Příloha č. 7

Než začnete vyplňovat tiskopis, přečtěte si, prosím, pokyny.

Finančnímu úřadu pro / Specializovanému finančnímu úřadu

KROMERIZ

Územní pracoviště v, ve, pro

KROMERIZ

01 Daňové identifikační číslo

C, Z, 5, 8, 9, 6, 8, 5, 2, 1, 4, 1

otisk podacího razítka finančního úřadu

PŘIHLÁŠKA K REGISTRACI pro právnické osoby

02.

a) k dani z příjmů právnických osob

ANO

b) k dani z přidané hodnoty

NE

(samostatná přihláška k registraci k DPH)

c) k dani silniční

NE

ode dne 2 0 1

d) k dani z příjmů jako plátcí: 1. daně z příjmů ze závislé činnosti a funkčních požitků

NE

ode dne 2 0 1

2. daně z příjmů vybrané srážkou podle zvláštní sazby daně

NE

ode dne 2 0 1

3. zajišťující daň z příjmů

NE

ode dne 2 0 1

03 Název právnické osoby, včetně dodatku

FOTOGRAFICKÉ SLUŽBY, S.R.O.

04 Identifikační číslo

5, 8, 9, 6, 8, 5, 2, 1

05 Právní forma

06 Sídlo

a) ulice a číslo orientační, část obce a číslo popisné

VELKÉ NÁMĚSTÍ 41/48

b) obec

KROMERIZ

c) PSČ

76701

d) stát

ČESKÁ REPUBLIKA

e) telefon

737108635

07 Počátek provozování výdělečné činnosti / činnosti podrobené dani
dne:

1, 8, 1, 1 2 0 1, 3

08 Oprávnění k podnikání

a) datum

0, 4, 1, 1 2 0 1, 3

b) vydáno kým

c) pod číslem

09 Převažující předmět podnikání / činnosti

FOTOGRAFICKÉ SLUŽBY

10 Telefon

7, 3, 7, 1, 0, 8, 6, 3, 5

11 Identifikátor datové schránky

11a e-mail

12 Číslo účtu u bank, spořitelních a úvěrních družstev:
účty v ČR

a) číslo účtu / směrový (identifikační) kód

_____-12.569.874.6310.100

měna, ve které
je účet veden

CZK

vlastníkem účtu je
daňový subjekt: ano / ne

ANO

b) číslo účtu / směrový (identifikační) kód

měna, ve které
je účet veden

vlastníkem účtu je
daňový subjekt: ano / ne

účet vedený v zahraničí

IBAN

typ ID banky

ID banky

měna, ve které
je účet veden

vlastníkem účtu je
daňový subjekt: ano / ne

název účtu

PODNIKATELSKÝ

název banky

AIR BANK

ulice banky

RIEGROVO NÁMĚSTÍ

město banky

KROMĚŘÍŽ

PSČ banky

76701

stát

ČESKÁ REPUBLIKA

13 Adresa pro doručování (pouze v případě, že není datová schránka):

a) ulice a číslo orientační, část obce a číslo popisné

b) obec

c) PSČ

d) telefon

14 Organizační složky podniku:

a) počet odštěpných závodů:

NE

b) počet provozoven:

NE

c) počet platcových pokladen:

NE

15 Právní předchůdce

a) DIČ

C Z

b) název právnické osoby, včetně dodatku

c) právní forma

d) sídlo

1. Ulice a číslo orientační, část obce a číslo popisné

2. Obec

3. PSČ

4. Stát

5. Telefon

16 Zahraniční DIČ

Stát

17. Jedná se o první daňovou registraci ANO/NE **ANO**

18. Očekávaná daňová povinnost
Daň z příjmů právnických osob

Kč

**PROHLAŠUJI, ŽE VŠECHNY MNOU UVEDENÉ ÚDAJE V TÉTO PŘIHLÁŠCE K REGISTRACI JSOU PRAVDIVÉ A ÚPLNÉ
A STVRZUJI JE SVÝM PODPISEM A JSEM SI VĚDOM SVÉ POVINNOSTI HLÁSIT KAŽDOU ZMĚNU DO 15 DNŮ.**

Údaje o zástupci:

Kód zástupce:

Jméno(-a) a příjmení / Název právnické osoby

Datum narození / Evidenční číslo osvědčení daňového poradce / IČ právnické osoby

Fyzická osoba oprávněná k podpisu (je-li daňový subjekt či zástupce právnickou osobou),
s uvedením vztahu k právnické osobě (např. jednatel, pověřený pracovník apod.)

Jméno(-a) a příjmení / Vztah k právnické osobě

S. L. MONA KALINEROVA / JEDNATEL

Daňový subjekt / osoba oprávněná k podpisu:

Datum

1.3.1.1.2013

Otisk
razítka

Vlastnoruční podpis
daňového subjektu / osoby oprávněné k podpisu

Kalinerova